

**PARTE III**  
**Sede di Assisi**  
**Laurea triennale in Economia e Gestione**  
**dei Servizi Turistici**  
**e**  
**Laurea Specialistica in Economia del**  
**turismo**

**1 Presentazione**

Presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Perugia nell'a.a. 2007-08 sono attivati, con sede in Assisi, i seguenti Corsi Universitari del Nuovo Ordinamento Didattico (D.M. 509/1999) in Economia del Turismo:

- corso di Laurea Triennale in Economia e gestione dei servizi turistici;
- corso di Laurea Specialistica in Economia del Turismo (Nuovo ordinamento: attivo il I) (Vecchio ordinamento: attivo il II anno);

I Corsi triennali, che appartengono alla Classe 17 delle Lauree in Economia delle Scienze e della gestione aziendale, si prefiggono di formare:

- esperti per la carriera direttiva degli organismi pubblici e privati che operano nel turismo;
- formatori specializzati nelle problematiche del settore e figure professionali in grado di favorire l'evoluzione del sistema turistico verso più avanzati modelli di funzionalità e di gestione;
- figure professionali che, sia nelle aziende turistiche sia negli organismi di promozione turistica, siano in grado di soddisfare le esigenze organizzative e di amministrazione del settore.

Il Corso di Laurea Specialistica, appartenente alla Classe 84/S delle Lauree Specialistiche delle Scienze economico-aziendali intende formare laureati specialistici, i quali in virtù delle conoscenze specifiche ed approfondite, potranno svolgere la loro attività nelle aziende turistiche e nelle pubbliche

amministrazioni con funzioni manageriali ed imprenditoriali, nelle libere professioni riguardanti il turismo, nelle attività di ricerca orientate al settore del turismo ed in tutte quelle attività che richiedono la comprensione dei problemi aziendali, inquadrare all'interno di dinamiche economiche più complesse I laureati specialistici inoltre, saranno in possesso dei prerequisiti necessari per accedere, secondo le specifiche normative in vigore, all'insegnamento di discipline professionalizzanti presso i Centri di formazione.

Ulteriori informazioni ed utili aggiornamenti sui Corsi attivi presso la sede di Assisi, possono essere acquisiti sul sito della Sede: [www.ecassisi.unipg.it](http://www.ecassisi.unipg.it) - dove è disponibile la Guida dello studente contenente, tra l'altro, i programmi dettagliati degli insegnamenti impartiti, il calendario degli esami e l'orario delle lezioni.

Allo svolgimento delle attività dei Corsi sopraindicati concorre il Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST) di Assisi nella sua qualità di organismo specialistico di formazione manageriale per il Turismo.

## 2 Informazioni generali comuni a tutti i Corsi di Studio

### 2.1 Calendario

Nel seguente calendario sono riportati i periodi di attività della didattica che viene svolta presso la sede decentrata di Assisi. Sono da considerare giorni festivi unicamente quelli riconosciuti tali nel territorio nazionale.

I corsi si articolano in due semestri di circa 12 settimane ciascuno, da Settembre a Dicembre e da Febbraio a Maggio secondo le modalità seguenti:

<i>ATTIVITÀ</i>	<i>PERIODO</i>	<i>NOTE</i>
<b>I Semestre (lezioni)</b>	<b>17.09.07 – 07.12.07</b>	Alcuni laboratori si svolgeranno dopo la fine delle lezioni 2007 nel mese di dicembre e gennaio
<b>II Semestre (lezioni)</b>	<b>18.02.08 – 16.05.08</b>	
<b>Esami:(sessione anticipata)</b>	<b>1° appello dicembre 07 2° appello gennaio 08 3° appello entro il 15 di febbraio</b>	3 appelli.- In questa sessione si possono sostenere gli esami degli insegnamenti attivati nel I semestre a.a.2007-2008 e tutti quelli dell'a.a. precedente 2006-2007
<b>Esami (sessione estiva)</b>	<b>19.05.08 – 25.07.08</b>	4 appelli
<b>Esami (sessione autunnale)</b>	<b>Entro il 15 del mese di settembre 2008</b>	1 appello

### **Calendario per le sedute degli esami di Laurea**

- Laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*;
- Laurea Specialistica in *Economia del Turismo*;
- Laurea Triennale Teledidattica (Corso ad esaurimento) in *Economia e gestione delle Aziende turistiche*;
- Diploma Universitario (Corso ad esaurimento) in *Economia e gestione dei servizi turistici*;
- Laurea (Corso ad esaurimento quadriennale) in *Economia del Turismo*;
- Diploma universitario a distanza (Corso ad esaurimento) in *Economia e gestione dei servizi turistici*.

<b>25– 26 e 27</b>	<b>Febbraio 2008</b>	<b>sessione straordinaria</b>
	<b>(a.a. 2006-07)</b>	
<b>14 – 15 e 16</b>	<b>Luglio 2008</b>	<b>sessione estiva</b>
	<b>(a.a. 2007-08)</b>	
<b>10 – 11 e 12</b>	<b>Novembre 2008</b>	<b>sessione autunnale</b>
	<b>(a.a. 2007-08)</b>	
<b>23 – 24 e 25</b>	<b>Febbraio 2009</b>	<b>sessione straordinaria</b>
	<b>(a.a. 2007-08)</b>	

La domanda per sostenere l'esame di laurea deve essere presentata 45 giorni prima della data di discussione tesi quindi entro il 11 Gennaio 2008 per la seduta di Febbraio - entro il 30 Maggio 2008 per la seduta di Luglio - entro il 25 Settembre 2008 per la seduta di Novembre - ed entro il 10 Gennaio 2008 per la seduta di Febbraio 2009.

Orario di ricevimento degli studenti - I docenti ricevono gli studenti secondo un orario, aggiornato con regolarità.

## 2.2 Programma Socrates-Erasmus

Gli studenti iscritti alla laurea triennale e alla laurea specialistica, nell'ambito del programma Socrates-Erasmus, possono permanere nelle sedi straniere per un periodo massimo di due semestri e sostenere esami fino ad un massimo di 60 crediti. Gli insegnamenti che possono essere sostenuti nella Sede estera e le rispettive equipollenze sono individuati, su proposta di un docente o dello studente interessato, dalla competente Commissione Socrates dei Corsi di Studio, rispettando i vincoli previsti nei curricula. Lo studente, alcuni mesi prima della partenza per la sede straniera, ha l'obbligo di presentare alla competente Commissione, la proposta contenente l'elenco degli insegnamenti che intende seguire all'estero, corredata dai rispettivi programmi di insegnamento ed ogni altro documento utile ai fini della individuazione dei crediti formativi riconoscibili. Nella stessa data ha l'obbligo di richiedere l'autorizzazione al Consiglio Intercorso al fine modificare il proprio piano di studio per la necessaria approvazione delle modifiche, indicando gli insegnamenti che intende seguire all'estero con la denominazione in lingua locale o in inglese ed i relativi crediti e l'insegnamento esistente presso i C.d.s. della sede di Assisi per i quali è richiesta l'equipollenza. I C.d.S. della sede di Assisi hanno in corso progetti Socrates con le seguenti Università: Haaga Polytechnic- Helsinki, (FI); Porvoo Polytechnic - Porvoo, (FI); Fundación Universitaria San Pablo-CEU - Madrid, (ES); Università di Deusto - Bilbao, (ES); IFIL – Tolosa, (FR); Università di Perpignan – Perpignan, (FR); IMC – Krems, (AT); MCI – Innsbruck (AT).

### 2.3 Insegnamenti del Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

DISCIPLINA	SETTORE	ANNO-SEM	DOCENTE	CFU
Diritto pubblico	IUS/09	I	Budelli	7
Economia Aziendale	SECS-P/07	I	Scannerini	8
Elementi di psicologia del turismo	M-PSI/06	I	Angelini	2
Inglese I	L-LIN/12	I	Boyle	8
Istituzioni di diritto privato	IUS/01	I	Gatti	8
Matematica generale	SECS-S/06	I	Stramaccia	7
Microeconomia (Mod.1)	SECS-P/01	I	Perugini	3
Microeconomia ( Mod.2)	SECS-P/01	I	Calzoni	5
*Francese I	L-LIN/04	I	Leroy	8
*Spagnolo I	L-LIN/07	I	Priorelli	8
*Tedesco I	L-LIN/14	I	Schepers	8
Contabilità e bilancio (Mod 1)	SECS-P/07	II	Scannerini	4
Contabilità e bilancio (Mod 2)	SECS-P/07	II	Schiaffella	4
Diritto del lavoro	IUS/07	II	Allamprese	5
Economia e gestione delle imprese	SECS-P/08	II	Bauleo	6
Economia del turismo	SECS-P/06	II	Berardi	5
Geografia del turismo	M-GGR/02	II	Lussana	5
Inglese II	L-LIN/12	II	Boyle	8
Organizzazione delle imprese ricettive e ristorative	SECS-P/10	II	Poeta	7
Organizzazione delle imprese di viaggio	SECS-P/10	II	Percario	7
Legislazione del turismo	IUS/01	II	Ciurmeli	5
Statistica	SECS-S/01	II	Daddi	7
*Francese II	L-LIN/04	II	Leroy	8
*Spagnolo II (mod 1)	L-LIN/07	I	Tavoni	5
*Spagnolo II (mod 2)	L-LIN/07	II	Priorelli	3
*Tedesco II	L-LIN/14	II	Hecker	8
Diritto commerciale	IUS-04	III	Soldani	6
Economia e management imprese ricettive e ristorative	SECS-P/08	III	Sfodera	8
Economia e management attività culturali ambientali	SECS-P/08	III	Sciarelli	8
Economia e management imprese viaggio	SECS-P/08	III	Fiorucci	8
Economia della cultura e dell'ambiente	SECS-P/02	III	Perugini	6
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie	SECS-S/06	III	Pagliacci	7
Finanziamenti d'impresa	SECS-P/11	III	Burchi	4
Gestione informatica dati nelle imprese ricettive e ristorative	SECS-P/07	III	Desinano	6
Gestione informatica dati nelle imprese viaggio e trasporto	SECS-P/07	III	Desinano	6
Gestione informatica dati attività culturali e ambientali	SECS-P/07	III	Desinano	6
Marketing del turismo	SECS-P/08	III	Vertullo	8
Marketing delle attività culturali ed ambientali	SECS-P/08	III	Baldicchia	8
Merceologia dei prodotti alimentari tipici	SECS-P/13	III	Iacononi	4
Programmazione e controllo	SECS-P/07	III	Bellucci	8
Scienza delle finanze	SECS-P/03	III	Giannoni-Boccaccio	6

\* Indicano gli insegnamenti a "libera scelta" dello studente e attivi presso la sede decentrata di Assisi.

### 2.4 Propedeuticità Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

Insegnamento	Insegnamenti propedeutici
Statistica	Matematica generale
Diritto del Lavoro	Diritto Privato e Diritto Pubblico
Contabilità e bilancio	Economia aziendale

## 2.5 Insegnamenti del Corso di Laurea Specialistica in *Economia del Turismo* NUOVO ORDINAMENTO

DISCIPLINA	SETTORE	ANNO-SEM	DOCENTE	CFU
Analisi delle politiche turistiche pubbliche	SPS/04	I	De Salvo	8
Diritto Amministrativo	IUS/10	I	Chiarelli	4
Economia dei gruppi delle Imprese turistiche	SECS-P/07	I	Berretta	4
Macroeconomia	SECS-P/01	I	Polinori	8
Matematica Finanziaria	SECS-S/06	I	Herzel	10
Ragioneria Internazionale	SECS-P/07	I	Scannerini	4
Storia economica del turismo (*)	SECS-P/12	I	Falchero	10
Gestione della qualità nelle aziende turistiche	SECS-P/08	I a scelta	Mensitieri	4
Gestione delle aziende di trasformazione alimentare	SECS-P/08	I a scelta	Del Duca	4
Marketing II	SECS-P/08	I a scelta	Dall'Ara	4
Diritto dei trasporti	IUS/06	II	NON ATTIVATO	4
Diritto dell'Unione Europea	IUS/14	II	NON ATTIVATO	4
Diritto delle società	IUS/04	II	NON ATTIVATO	4
Economia dei trasporti	SECS-P/02	II	NON ATTIVATO	8
Legislazione dei Beni Culturali	IUS/10	II	NON ATTIVATO	4
Ragioneria professionale delle imprese turistiche	SECS/07	II	NON ATTIVATO	8
Statistica del turismo	SECS-S/05	II a scelta	NON ATTIVATO	4
Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio	M-GGR/02	II a scelta	NON ATTIVATO	4

(\*) – Agli studenti provenienti del CdL triennale Teledidattico in *Economia e gestione delle Aziende turistiche*, verranno erogati moduli differenziati con specifici contenuti individuati dal Consiglio di corso.

## 2.6 Insegnamenti del Corso di Laurea Specialistica in *Economia del Turismo* VECCHIO ORDINAMENTO

DISCIPLINA	SETTORE	ANNO-SEM	DOCENTE	CFU
Analisi costi benefici	SECS-P/07	II	Perotta	6
Analisi delle politiche turistiche pubbliche	SPS/04	II	De Salvo	6
Diritto commerciale	IUS/04	II	Schiama	4
Economia e tecnica della comunicazione aziendale	SECS-P/08	II	Celentano	6 (8)
Diritto dei trasporti	IUS/06	II	Fiore	5
Analisi finanziaria d'impresa	SECS-P/07	II	Mari	8
Sociologia economica	SPS/09	II	Grilli	4
Economia dei trasporti	SECS-P/02	II	Paglione	5
Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio	M-GGR/02	II	Berardi	8
Organizzazione delle risorse umane nelle aziende turistiche	SECS-P/10	II	Vespa	8
Gestione della qualità nelle aziende turistiche	SECS-P/08	II	Mensitieri	6
Gestione delle aziende di trasformazione alimentare	SECS-P/08	II	Del Duca	8

N.B. – I CFU indicati in parentesi si riferiscono al solo *Curriculum Gestionale Formativo*

### 3 Corso di laurea triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

#### 3.1 Obiettivi formativi

Il Corso di Laurea (triennale, nuovo ordinamento) in *Economia e gestione dei servizi turistici* si prefigge di formare:

- esperti per il management degli organismi pubblici e privati che operano nel turismo;
- formatori specializzati nelle problematiche del settore e figure professionali in grado di favorire l'evoluzione del sistema turistico verso più avanzati modelli di funzionalità e di gestione;
- figure professionali che, sia nelle aziende turistiche sia negli organismi di
- promozione turistica, siano in grado di soddisfare specifiche esigenze organizzative e di amministrazione del settore.

Allo svolgimento delle attività di tali Corsi concorre il *Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST)* con sede in Assisi, che partecipa con le risorse umane e le esperienze professionali per l'utilizzo dei laboratori finalizzati al completamento della formazione ed al rapido inserimento dei laureati nel mondo del lavoro.

#### 3.2 Corso di Laurea Triennale in *Economia e gestione dei servizi turistici*

La laurea in *Economia e gestione dei servizi turistici* appartenente alla classe delle Lauree Universitarie in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (Classe 17), si articola in due *curricula*: *Management delle imprese di viaggio -Management imprese ricettive e ristorative* – Il curriculum *Management delle attività culturali ed ambientali* è *ad esaurimento*, per l'a.a.2007/08 è attivo il III anno. A lato di ciascuno insegnamento o attività, viene indicato il numero di crediti formativi.

<i>I anno – Insegnamenti comuni ai due curricula</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Microeconomia (Mod. 1) base economico		3	di
Microeconomia (Mod. 2) base economico		5	di



Economia aziendale base aziendale	8	di
Matematica generale base statistico- mat	7	di
Istituzioni diritto privato	8	di base
Diritto pubblico caratt. giuridico	7	giuridico
Elementi di psicologia del turismo aff/int. form. interdiscip.	2	
Lingua inglese I lingua str. linguistico	8	
Una attività formativa a scelta dello studente scelta a scelta studente	8	a
TOTALE	56	

<i>II anno – curriculum Management delle imprese di viaggio</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia del turismo base economico	5		di
Contabilità e bilancio (Mod.1) base aziendale	4		di
Contabilità e bilancio (Mod.2) base aziendale	4		di
Economia e gestione delle imprese caratter aziendale	6		
Statistica caratter. statistico-mat	7		
Legislazione del turismo base giuridico	5		di
Diritto del lavoro caratter. Giuridico	5		
Organizzazione aziende viaggio e trasporto aff/int. econ.-gestionali	7		
Geografia del turismo aff/int. cult. scient. tecn. e giur.	5		
Lingua inglese II altre att. linguistico	8		
Una attività formativa a scelta dello studente scelta a scelta studente	8		a
TOTALE	64		

<i>II anno – curriculum Managementi-delle imprese di ricettive e ristorative</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia del turismo base economico	5		di
Contabilità e bilancio (Mod.1) base aziendale	4		di
Contabilità e bilancio (Mod.2) base aziendale	4		di
Economia e gestione delle imprese caratter aziendale	6		
Statistica caratter. statistico-mat	7		
Legislazione del turismo base giuridico	5		di
Diritto del lavoro caratt. giuridico	5		
Organizzazione aziende ricettive e ristorative aff/int. econ.-gestionali	7		
Geografia del turismo 5 aff/int.	5	Cult. scient.,tecn.e giur	
Lingua inglese II altre att. linguistico	8		
Una attività formativa a scelta dello studente scelta a scelta studente	8		a
TOTALE	64		

<i>III anno – curriculum Management delle imprese di viaggio</i>	<i>Cfu</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
--	------------	-----------------	---------------

Scienza delle finanze		6
aff/int	economico	
Economia e management delle imprese di viaggio		8
caratter.	aziendale	
Programmazione e controllo		8
caratter.	aziendale	
Marketing del Turismo		8
caratter	aziendale	
Gestione informatica dati nelle imprese di viaggio		6
caratter.	aziendale	
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie		7
caratter.	statistico-mat	
Diritto commerciale		6
caratter	giuridico	
Tirocinio o Progetto		7
altre	(art.10)	
Prova finale		4
TOTALE		60

<i>III anno – curriculum Management delle imprese Cfu ricettive e ristorative</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Scienza delle finanze aff/int economico		6
Economia e management delle imprese ricettive e ristorative		8
caratter. aziendale		
Programmazione e controllo		8
caratter. aziendale		
Marketing del Turismo		8
caratter. aziendale		
Gestione informatica dati nelle imprese ricettive e ristorative		6
caratter. aziendale		
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie		7
caratter. statistico-mat		
Diritto commerciale		6
caratter. giuridico		
Tirocinio o Progetto		7
altre (art.10)		
Prova finale		4
TOTALE		60

<i>III anno – curriculum Management delle attività Cfu culturali ed ambientali</i>	<i>attività</i>	<i>ambito</i>
Economia della cultura e dell'ambiente aff/int economico		6
Economia e management delle attività culturali ed ambientali		8
caratter. aziendale		
Programmazione e controllo		8
caratter. aziendale		
Marketing delle attività culturali ed ambientali		8
caratter. aziendale		
Gestione informatica dati nelle attività culturali ed ambientali		6
caratter. aziendale		
Elaborazione automatica dati per le decisioni economiche e finanziarie		7
caratter. statistico-mat		
Finanziamenti di impresa		4
caratter. aziendale		
Merceologia dei prodotti alimentari tipici		4
aff/int cult, Scient, Tec, Giur.		
Tirocinio o Progetto		7
altre (art.10)		
Prova finale		4
TOTALE		62

Per l'attività di Tirocinio (alternativo al progetto sul campo) la sede di Assisi è in collegamento con numerose aziende locali e nazionali del settore turistico, presso le quali gli studenti possono svolgere le attività previste dalla normativa, per un periodo formativo di circa 140 ore.

Ogni anno accademico usufruiscono dell'attività di Tirocinio circa 200 studenti dei Corsi di Studio della sede di Assisi

La laurea in *Economia e gestione dei servizi turistici* si consegue dopo aver acquisito 180 crediti, comprensivi di quelli relativi alla conoscenza obbligatoria di due lingue dell'Unione europea oltre l'italiano.

Per essere ammessi alla prova finale occorre avere conseguito tutti i crediti nelle altre attività formative previste dal percorso didattico e **dimostrare la conoscenza in forma scritta ed orale della seconda lingua straniera**. Le attività formative relative alla prova finale per il conseguimento del titolo e la relativa verifica consistono in una discussione orale, con gli opportuni riferimenti alle discipline del Corso di Laurea, di un tipico problema professionale o nella presentazione dell'esperienza maturata nel tirocinio di un argomento, scelto dallo studente, d'intesa con un docente, secondo modalità specifiche stabilite dal Consiglio di Corso. Per la discussione orale della prova finale (sul Tirocinio svolto o sul Progetto elaborato) è comunque richiesta allo studente la presentazione di una breve memoria scritta (massimo di 20 pagine) definita d'intesa con un docente del Corso di laurea. Il titolo dell'argomento della discussione, deve essere comunicato 30 giorni prima della data dell'esame finale, all'Ufficio della Segreteria studenti; la memoria scritta deve essere consegnata al medesimo Ufficio entro 20 giorni prima.

#### 4 Corso di Laurea Specialistica in *Economia del Turismo*

Nell'anno accademico 2007-2008 viene istituito il nuovo ordinamento del corso di laurea specialistica, del quale viene attivato nel presente anno accademico soltanto il primo dei due anni di corso. Il vecchio ordinamento del corso di laurea specialistica, che si articola in tre curricula, rimane attivo nell'anno accademico 2007-2008 solo per il secondo anno.

Il Corso di Laurea specialistica (Nuovo Ordinamento) si articola secondo il seguente ordine degli studi:

##### I anno attivo nell'a.a 2007 - 2008

Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
SPS/04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche	De Salvo	8
IUS/10	Diritto Amministrativo	Chiarelli	4
SECS-P/07	Economia dei gruppi delle imprese turistiche	Berretta	4
SECS-P/01	Macroeconomia	Polinori	8
SECS-S/06	Matematica finanziaria	Herzel	10
SECS P/07	Ragioneria internazionale	Scannerini	4
SECS-P/12	Storia economica del turismo (*)	Falchero	10
<b>A SCELTA 8 CFU su 12 cfu</b>			
SECS-P/08	Marketing del turismo II (corso progredito)	Dall'Ara	4
SECS P/08	Gestione della qualità nelle aziende turistiche	Mensitieri	4
SECS P/08	Gestione delle imprese di trasformazione alimentare	Del Duca	4
<b>Totale Crediti</b>			<b>56</b>

##### II anno non attivo nell'a.a. 2007-2008

Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
IUS/06	Diritto dei trasporti		4
IUS/14	Diritto dell'Unione Europea		4
IUS/04	Diritto delle società		4
SECS-P/02	Economia dei trasporti		8
IUS/10	Legislazione dei beni culturali		4
SECS-P/07	Ragioneria professionale delle imprese turistiche		8
<b>A SCELTA 4 CFU su 8 cfu</b>			
SECS-S/05	Statistica del turismo		4
M-GGR/02	Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio		4
	Tesi di laurea specialistica		28
<b>Totale Crediti</b>			<b>64</b>

(\*) – Agli studenti provenienti dal CdL triennale Teledidattico in *Economia e gestione delle aziende turistiche*, verranno erogati moduli differenziati con specifici contenuti individuati dal Consiglio di Corso, tenuti presenti i programmi degli insegnamenti previsti nel percorso triennale.

Il Corso di Laurea specialistica Vecchio Ordinamento, attivo solo per il II anno, a.a. 2007-2008, si articola secondo il seguente ordine degli studi:

II Anno – *Curriculum* Agenziale-trasporti

Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
SECS P/02	Economia dei trasporti	Paglione	5
SECS P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale	Celentano	6
SECS P/07	Analisi finanziaria d'impresa	Mari	8
IUS 06	Diritto dei trasporti	Fiore	5
SPS 04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche	De Salvo	6
SPS 09	Sociologia economica	Grilli	4
	Tesi di laurea specialistica		28
	<b>Totale Crediti</b>		<b>62</b>

II Anno – Attività formative *Curriculum* Ricettivo-ristorativo

Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
SECS P/07	Analisi costi benefici	Perrotta	6
SECS P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale	Celentano	6
SPS 04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche	De Salvo	6
IUS 04	Diritto commerciale	Schiuma	4
M-GGR/02	Programmazione dello sviluppo e assetto turistico del territorio	Berardi	8
SPS 09	Sociologia economica	Grilli	4
	Tesi di laurea specialistica		28
	<b>Totale Crediti</b>		<b>62</b>

II Anno – Attività formative *Curriculum* Gestionale -formativo

Settore	Insegnamento o attività formativa	Docente	CFU
SECS P/10	Organizzazione delle risorse umane nelle aziende turistiche	Vespa	8
SECS P/08	Economia e tecnica della comunicazione aziendale	Celentano	8
SECS P/08	Gestione della qualità nelle aziende turistiche	Mensitieri	8
SECS P/08	Gestione delle aziende di trasformazione alimentare	Del Duca	8
SPS 04	Analisi delle politiche turistiche pubbliche	De Salvo	6
	Un insegnamento a libera scelta		4
	Tirocinio del biennio di specializzazione		8
	Tesi di laurea specialistica		28
	<b>Totale Crediti</b>		<b>70</b>

## **5 Programma degli Insegnamenti dei C.d.S. della sede di Assisi**

### **ANALISI COSTI BENEFICI**

*Prof. Francesco Maria Perrotta (6 crediti)*

Analisi costi-benefici: introduzione e concetti fondamentali.

Il ciclo di vita dei progetti: le fasi del progetto; lo studio di fattibilità; l'analisi finanziaria.

Analisi costi e benefici secondo un'ottica economico-aziendale

a) Richiamo di alcuni concetti generali: il ruolo informativo del bilancio di impresa ai fini delle analisi economico-aziendali fra passato e futuro

Le funzioni del bilancio di esercizio, le norme civili, i principi contabili nazionali ed internazionali

b) Le analisi di bilancio per l'apprezzamento della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica di impresa

Le analisi di bilancio; l'evoluzione strutturale del bilancio; le riclassificazioni; l'analisi della dinamica reddituale; l'analisi della situazione patrimoniale e finanziaria; l'analisi per flussi e la costruzione del rendiconto finanziario

c) Il valore economico del capitale valore economico del capitale di impresa; i metodi patrimoniali, reddituali, misti e finanziari di determinazione del capitale.

### **IL BILANCIO SOCIALE**

Definizione, Funzione, Obiettivi; Principi di redazione; GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) .

I principi di redazione del GBS.

### **STRUTTURA E CONTENUTO DEL BILANCIO SOCIALE**

Identificazione e distribuzione del Valore Aggiunto; Definizione del Valore Aggiunto; Esempio di raffigurazione di un prospetto di determinazione del valore aggiunto di un ente non profit

Esempio di raffigurazione di un prospetto di distribuzione del valore aggiunto di un ente non profit

### **LE FASI DI COSTRUZIONE DI UN BILANCIO SOCIALE**

### **TESTI CONSIGLIATI**

L.M. MARI, Analisi costi e benefici secondo una visione economico-aziendale, dispense ad uso degli studenti per l'anno accademico 2005/2006.

G. Cavazzoni, Strumenti per il controllo della gestione, Giappichelli Torino 2004.

F. M. Perrotta, Il Bilancio sociale, dispense ad uso degli studenti per l'anno accademico 2006/2007.

E. Schiaffella, Analisi costi e benefici, dispense ad uso degli studenti per l'anno accademico 2005/2006.

### **ANALISI FINANZIARIA D'IMPRESA**

*Prof. Libero Mario Mari (8 crediti)*

Parte prima. Il bilancio di esercizio quale strumento informativo e di analisi degli andamenti finanziari ed economici di impresa

Il bilancio di esercizio nella sua comune struttura. L'evoluzione strutturale del bilancio di esercizio. Il contenuto dello stato patrimoniale, del conto economico e della nota integrativa secondo l'attuale normativa. I principi contabili internazionali. La proposta di modifica della normativa italiana in merito al bilancio



Le Analisi di bilancio e lo studio degli andamenti finanziari di impresa. Gli scopi. Le riclassificazioni dello stato patrimoniale e del conto economico. Lo studio per indici e per flussi. Gli indici patrimoniali, finanziari ed economici. Il cash flow e il rendiconto finanziario.  
Casi ed esercitazioni.

Parte seconda. La programmazione finanziaria di impresa  
La funzione finanziaria nel management delle imprese. La dinamica finanziaria aziendale. Le decisioni e le strategie finanziarie. L'equilibrio finanziario e le sue metodologie di analisi. La pianificazione e la programmazione finanziaria: logiche e strumenti.

**TESTI DI PREPARAZIONE ALL'ESAME:**

G. Cavazzoni, *Il sistema del controllo di gestione. Strumenti per le decisioni operative aziendali*, Giappichelli, Torino, 2004 (pagg. ).  
Dispense ad uso degli studenti

**LETTURE CONSIGLIATE:**

G. Brunetti, *Le decisioni finanziarie nell'economia di impresa*, Franco Angeli, Milano, 1978.  
C. Cavazzoni, *La dinamica finanziarie nel sistema di impresa*, Giappichelli, Torino, 2002.  
E. Paravani (a cura di), *Analisi finanziaria; valore, solvibilità, rapporti con i finanziatori*, MacGrawHill, Milano, 2002, Capp. 1, 3, 8 e 15.

**ANALISI POLITICHE TURISTICHE PUBBLICHE**

*Prof. ssa Paola De Salvo (6 crediti)*

Presentazione del corso

Il corso si propone di illustrare le politiche turistiche in Italia, dopo aver introdotto alcuni concetti di base per l'analisi delle politiche pubbliche. La prima parte del corso offre le conoscenze di base per lo studio delle politiche pubbliche, ricostruendo i suoi principali approcci e categorie interpretative. In particolare si approfondiranno i temi legati alle distinzioni concettuali, a cominciare da quella tra politica e politiche, per poi analizzare gli strumenti analitici tipici della disciplina. Verranno affrontate le tematiche relative alle varie fasi del "ciclo" delle politiche pubbliche concentrandosi sugli aspetti legati alla formulazione dei problemi, alla definizione e adozione delle politiche, all'implementazione ed alla valutazione.  
La seconda parte del corso riguarda l'approfondimento dei temi propri della politica turistica analizzando i seguenti argomenti: la dimensione del concetto, le caratteristiche della politica turistica (gli attori, il processo di policy making, le strategie), il contesto politico-istituzionale e le politiche di promozione turistica regionale.

**TESTI CONSIGLIATI**

M. HOWLETT, M. RAMESH *Come studiare le politiche pubbliche*, Il Mulino, 2003  
P. DE SALVO, *Il processo di formazione della politica turistica*, Franco Angeli, 2003

P.S. Gli studenti frequentanti potranno sostenere una prova scritta, che consisterà nel rispondere ad alcune domande relative a questioni trattate nel testo M. Howlett, M. Ramesh *Come studiare le politiche pubbliche*. L'esito positivo della prova contribuirà alla valutazione dello studente che dovrà comunque completare la propria preparazione con un esame orale relativo al resto del programma (P. de Salvo, *Il processo di formazione della politica turistica*, Franco Angeli, 2003).

**ANALISI POLITICHE TURISTICHE PUBBLICHE**

*Prof. ssa Paola De Salvo*

*(8 crediti) Nuovo ordinamento*

**CONTABILITÀ E BILANCIO DELLE IMPRESE TURISTICHE (MOD. 1) E (MOD.2)**

*Prof. Anna Lia Scannerini (4 crediti)*

*Prof. Emanuela Schiaffella (4 crediti)*

Il corso tratterà la contabilità e il bilancio applicati alle principali imprese turistiche: agenzie di viaggi, tour operator e strutture ricettive.

In particolare saranno oggetto di studio le scritture relative alla costituzione delle imprese nelle principali forme societarie, le scritture relative alla predisposizione della struttura operativa delle agenzie e degli alberghi, le scritture relative agli acquisti e alle vendite di un'impresa alberghiera, le scritture relative all'intermediazione di viaggi, le scritture relative all'organizzazione di viaggi, il trattamento dell'Iva ordinaria e dell'Iva ex art. 74-ter per le agenzie, le scritture relative alla retribuzione del personale dipendente, le scritture relative alle principali forme di finanziamento esterno.

Saranno poi affrontate le problematiche di redazione del bilancio d'esercizio per le imprese turistiche. Verranno esaminati gli aspetti formali del bilancio d'esercizio con particolare attenzione alle specificità dei bilanci delle agenzie di viaggio e delle imprese alberghiere.

Si analizzeranno infine le problematiche valutative, con riferimento alle clausole e ai principi generali di redazione del bilancio d'esercizio e ai criteri di valutazione delle poste caratteristiche delle imprese turistiche: valutazione delle immobilizzazioni, valutazione delle rimanenze di magazzino, valutazione dei crediti e dei debiti in valuta estera, accantonamenti per rischi e spese future, i debiti tributari.

**TESTI:**

Berretta M.-Scannerini A.L.-Schiaffella E., La contabilità per le imprese turistiche, FrancoAngeli, Milano, 2006

Esercitazioni e casi di studio distribuiti a lezione

**Testi di utile consultazione:**

Cavazzoni G.-Mari L.M. Il bilancio di esercizio, Giappichelli, Torino, 2005

**DIRITTO AMMINISTRATIVO**

*Prof. Raffaele Chiarelli (4 crediti)*

Amministrazione e diritto amministrativo

Formazione storica del diritto amministrativo

Principi costituzionali sulla pubblica amministrazione

Le pubbliche amministrazioni come organizzazioni

L'amministrazione dello Stato: ministeri, agenzie, aziende, amministrazioni indipendenti

Gli enti pubblici

Regioni ed enti locali ed apparati derivati

Principi dell'attività amministrativa: principio di legalità e discrezionalità amministrativa

**TESTI CONSIGLIATI**

V. Cerulli Irelli, Principi del diritto amministrativo- I, Giappichelli Editore, Torino, 2005;

e, in corso di pubblicazione a scelta:

R. Chiarelli, Introduzione al diritto amministrativo: potere amministrativo e forme di Stato ovvero D. Così, Enti pubblici e organismi pubblici in forma privata

**DIRITTO COMMERCIALE**

*Prof. Isabella Soldani Ippolita (6 crediti)*

L'impresa e l'imprenditore. Gli ausiliari dell'imprenditore. L'azienda. I segni distintivi. Il fallimento e le altre procedure concorsuali. I titoli di credito. Le società. Le società di persone. Le società di capitali e le cooperative.

**TESTI CONSIGLIATI**

BUONOCORE, *Manuale di diritto commerciale*, Giappichelli, Torino, VII ed., 2006.

**DIRITTO COMMERCIALE (LAUREA SPECIALISTICA)**

*Prof.ssa Laura Schiuma (4 crediti)*

Il programma d'esame, per l'acquisizione di n. 4 crediti, comprende i seguenti temi: impresa (comprensiva del fallimento e delle altre procedure concorsuali), società e titoli di credito.

Il corso di lezioni si articolerà secondo lo schema seguente:

- Origini ed evoluzione del diritto commerciale
- L'impresa come fattispecie e sue articolazioni
- Lo statuto dell'imprenditore commerciale
- L'azienda, la concorrenza, i segni distintivi, i consorzi
- Le società e le altre figure soggettive di imputazione dell'impresa
- I tipi di società
- I titoli di credito

**TESTI CONSIGLIATI:**

BUONOCORE, *Istituzioni di diritto commerciale*, Torino, Giappichelli, ultima edizione  
CAMPOBASSO G.F., *Manuale di Diritto Commerciale*, Torino, UTET, ultima edizione

**DIRITTO DEL LAVORO**

*Prof. Andrea Allamprese (5 crediti)*

*Parte generale.* Il lavoro subordinato e quello ai confini della subordinazione: a) le collaborazioni coordinate e continuative; b) il lavoro a progetto; c) cooperative di lavoro e associazione in partecipazione. Le categorie dei lavoratori subordinati – Contratto e rapporto di lavoro. La fonte dei rapporti di lavoro. 2. Capacità giuridica, capacità d'agire, forma e documentazione del contratto. Il patto di prova – La tipologia dei rapporti di lavoro: a) rapporto di lavoro a tempo determinato; b) rapporto di lavoro a tempo parziale; c) rapporto di lavoro ripartito; d) rapporti con finalità formative: apprendistato e contratto d'inserimento; e) il lavoro somministrato; f) il lavoro a domicilio – Lo svolgimento del rapporto di lavoro. L'obbligo di fedeltà. La tutela della personalità morale del lavoratore. L'esercizio del potere direttivo: a) le mansioni esigibili; b) il trasferimento del lavoratore; c) la gestione dell'orario di lavoro. La disciplina del riposo settimanale, delle festività, delle ferie. Il potere di controllo. Il potere disciplinare. L'obbligo di sicurezza del datore di lavoro – La retribuzione. I principi costituzionali. Modalità di corresponsione, tipologia, nozione e struttura della retribuzione. La questione dell'onnicomprendività. Gli automatismi retributivi – La sospensione del rapporto di lavoro. Infortunio e malattia. Maternità e congedi parentali – Trasformazione e crisi dell'impresa e gestione delle eccedenze di personale. La Cassa integrazione guadagni. I contratti di solidarietà. Il trasferimento d'impresa – I licenziamenti. L'evoluzione della disciplina del licenziamento individuale. Contenuto e campo d'applicazione delle tutele. Le nozioni di giusta causa e giustificato motivo. Le altre ipotesi di invalidità del licenziamento. Questioni processuali. I licenziamenti collettivi. Eccedenze di personale e mobilità collettiva nelle pubbliche amministrazioni. *Parte speciale.* I problemi attinenti ai rapporti di lavoro dei dipendenti dalle imprese alberghiere e della ristorazione.

**TESTI CONSIGLIATI**

Per la parte generale:

M. ROCCELLA, Manuale di diritto del lavoro, Giappichelli, Torino, seconda edizione, 2005.

oppure

L. GALANTINO, Diritto del lavoro, Editio minor, Giappichelli, Torino, quinta edizione aggiornata al 30 aprile 2007;

oppure

A. DI STASI, Manuale breve. Diritto del lavoro e della previdenza sociale, Giuffrè, Milano, seconda edizione, 2007.

Per la parte speciale: appunti raccolti dalle lezioni del docente e lettura dei contratti collettivi per i dipendenti dalle imprese alberghiere e della ristorazione.

#### **Avvertenze**

Il docente riceverà gli studenti al termine delle lezioni; curerà l'integrazione del corso mediante la distribuzione di materiali didattici, esercitazioni e conferenze; concederà esami esonerativi di parti del programma ai frequentatori assidui del corso e delle attività integrative prima dell'esame finale.

#### **DIRITTO DEI TRASPORTI**

*Prof. Barbara Fiore*

*(5 crediti)*

**OBIETTIVI:** Lo studente acquisisce la conoscenza del complesso quadro normativo (nazionale, comunitario, internazionale e pattizio) nel settore dei trasporti, nonché la conoscenza delle principali figure contrattuali proprie di tale settore giuridico/economico. **CONTENUTI:** diritto di trasporti e diritto della navigazione: storia e caratteri; il contratto di trasporto nelle sue molteplici tipologie, la responsabilità del vettore e i documenti rappresentativi delle merci; i contratti di noleggio, locazione e rimorchio; i contratti complementari e affini al trasporto; i contratti nella pratica dei traffici marittimi ed aerei.

##### **TESTI CONSIGLIATI**

Codice della navigazione, ultima edizione.

Antonini, Corso di diritto dei trasporti, Giuffrè, 2004, pagg. 278.

In alternativa al testo di Antonini: Lefebvre D'ovidio – Pescatore – Tullio, Manuale di Diritto della Navigazione, Giuffrè, ultima edizione, limitatamente a i capitoli: I; IV titolo 1; V (tutto tranne sez. II del titolo 1); VI titolo 1; VII; VIII, IX, X, XIII, XX. Romanelli – Silingardi, Trasporto terrestre, voce dell'Enc. Giur. Treccani (dispensa disponibile presso la biblioteca);

In alternativa alla dispensa ed al capitolo XIII del Manuale di Diritto della Navigazione: Grigoli, Profili del diritto dei trasporti nell'attuale realtà normativa, Zanichelli, 2003, limitatamente ai capitoli 2, 4, 5.

#### **DIRITTO PUBBLICO**

*Prof. Simone Budelli*

*(7 crediti)*

Il corso, premesse le nozioni teoretiche di carattere generale e di storia costituzionale, si propone di offrire una conoscenza adeguata dei lineamenti fondamentali dell'ordinamento costituzionale italiano, dai principi all'organizzazione e alle garanzie, nel quadro del processo di integrazione europea. Una parte essenziale del corso riguarderà le questioni metodologiche, trattate criticamente, necessarie per la comprensione dei processi di innovazione costituzionale nell'ambito dei fenomeni socio-politici della globalizzazione.

Programma: Diritto, società, politica. Forme di Stato e forme di governo. I diritti di libertà. Dallo Statuto albertino alla Costituzione repubblicana. Il sistema delle fonti normative. L'Italia e l'Unione Europea. Il corpo elettorale. Il Parlamento e il parlamentarismo (comprensivo della parte speciale). Il Presidente della Repubblica. Il Governo della Repubblica. L'organizzazione degli apparati amministrativi statali. Principi in tema di

attività amministrativa. Regioni ed Enti locali. La Corte Costituzionale. Il potere giudiziario.

**TESTI CONSIGLIATI**

*Parte generale:*

P. CARETTI – U. DE SIERVO, Istituzioni di *diritto pubblico*, Giappichelli, Torino, ultima edizione;

*Parte speciale:*

S. BUDELLI, *Dinamismi centripeti del multilivello solidale*, Giappichelli, Torino, 2006

**ECONOMIA AZIENDALE**

*Prof.ssa Anna Lia Scannerini (8 crediti)*

Il fenomeno aziendale: azienda, soggetti aziendali, rapporti impresa-ambiente.

Il fattore produttivo capitale, analisi qualitativa, analisi quantitativo-monetaria.

Finalismo d'impresa

L'amministrazione economica:

L'organizzazione.

La gestione, il reddito, analisi dei costi e dei ricavi, il processo di valutazione, gli equilibri economico e finanziario, il valore economico del capitale.

Prime rilevazioni contabili.

Analisi dei flussi di gestione, le sintesi di bilancio

Rilevazioni extracontabili.

L'analisi dei costi, ricavi e risultati economici per il controllo di gestione.

Storia della ragioneria.

**TESTI DI UTILE CONSULTAZIONE:**

A.L. Scannerini – M. Berretta – E. Schiaffella, *Contabilità per le imprese turistiche*,

Franco Angeli, Milano, 2006

G. Cavazzoni ( a cura di) *Elementi di Economia aziendale*, Giappichelli, Torino, 2002

Un eserciziaro sarà reso disponibile agli studenti in biblioteca e sul sito dell'Università.

**ECONOMIA DEI TRASPORTI**

*Prof. Guido Paglione (5 crediti)*

**Descrizione del corso**

Il corso tratta delle caratteristiche specifiche delle attività di trasporto e di quelle del settore nel suo complesso, spiegandone la loro relazione con l'intero sistema economico attraverso i comuni strumenti di analisi economica. Il corso inoltre si propone di evidenziare, in particolare, la relazione tra il settore trasporti e il settore del turismo anche attraverso l'analisi di un caso studio.

**Contenuti**

***Parte generale***

Ruolo del trasporto nell'economia e nozioni introduttive

Prezzi e costi delle attività di trasporto

Fallimenti del mercato e politiche di intervento

Politica dei trasporti nazionale e internazionale

Scelte modali e intermodalità

***Parte Speciale***

La relazione trasporto e turismo

Analisi della domanda e dell'offerta di "trasporto turistico"

Gestione delle infrastrutture di "trasporto turistico": gli aeroporti

Un caso emblematico: il ruolo degli aeroporti regionali

**TESTI CONSIGLIATI**

Il materiale proiettato durante il corso sarà distribuito ai partecipanti secondo modalità da definire. Si consigliano inoltre i seguenti testi:

*Parte Generale*

Marchese, U., (1997), Lineamenti e problemi di economia dei trasporti, ed. Ecig, Genova (cap. 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 15, 16)

Per coloro che volessero e non hanno difficoltà con l'inglese, si consigliano anche i seguenti testi:

Button K.J., (1993) *Transport Economics*, 2nd edition, Edward Elgar, Aldershot, UK (cap. 1, 3, 4, 5, 6,7)

Hensher, DA, Brewer, A.M., (2001), *Transport; an economics and management perspective*, Oxford University Press, New York (cap. 4, 5, 6, 7)

(Avanzato) Glaister, S., (1981), *Fundamentals of Transport Economics*, Basil Blackwell Publisher, Oxford (cap. 1, 2, 3, 4, 5, 7)

*Parte Speciale*

Per la parte speciale verranno distribuite delle dispense tratte dai seguenti testi:

Duval, D.T., (2007), *Tourism and transport: modes, networks and flows*, Channel View Publications, Clevedon,

Page, S., (2005), *Transport and Tourism*, Pearson Prentice Hall, Harlow

Marcucci E., (a cura di), (2005), *Introduzione ai modelli a scelta discreta per lo studio dei trasporti*, Carocci Editore, Roma

Durante il corso, infine, verrà distribuito ulteriore materiale relativo ad alcune letture suggerite.

Modalità di verifica

La valutazione della preparazione dello studente sarà basata su due elementi: prova intermedia su parte del programma (nel caso la prova non venga superata è possibile portare tutto il programma alla fine del corso e il voto finale non terrà conto del voto intermedio) esame orale finale

Per i soli frequentanti parte dell'esame orale finale può essere sostituito dalla presentazione di un elaborato scritto (tesina) su di un argomento a scelta fra alcuni suggeriti.

**ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE**

*Prof.ssa Laila Bauleo (6 crediti)*

**ECONOMIA DELLA CULTURA E DELL'AMBIENTE**

*Prof. Cristiano Perugini (6 crediti)*

**ECONOMIA DEL TURISMO**

*Prof. Stefania Berardi (5 crediti)*

**ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE IMPRESE DI VIAGGIO**

*Prof. Oderisi Nello Fiorucci (8 crediti)*

Obiettivi

Analizzare le caratteristiche ed il quadro evolutivo della distribuzione di servizi di viaggio e vacanza, con particolare attenzione alle imprese operanti nel canale agenziale (tour operator e agenzie di viaggio al dettaglio), ma anche ai canali e sistemi alternativi utilizzati dai produttori dei servizi di base (vettori aerei, alberghi, destinazioni, ecc.).

Analizzare i comportamenti strategici e competitivi maggiormente diffusi fra le imprese del settore travel in un'ottica di capacità di produrre valore come singola impresa e come sistema di imprese ed i processi produttivi tipici, approfondendo le conseguenze manageriali derivanti dalla loro natura di imprese di servizi. Tale analisi verrà realizzata utilizzando ampiamente lo studio di casi aziendali e di best practices.

**Contenuti**

I canali distributivi dei servizi turistici: funzione della distribuzione e soggetti dell'intermediazione turistica, evoluzione in atto.  
 Le imprese di viaggio come imprese di servizi: le conseguenze per il management.  
 Le attività generatrici di valore per le imprese di viaggi  
 Il comportamento strategico delle imprese di viaggio  
 Strategie e processi produttivi nel tour operating  
 Il networking nel settore agenziale: analisi di alcuni tra i principali format aggregativi  
 Le strategie di aggregazione a livello orizzontale e verticale tra le imprese turistiche: scenario italiano ed europeo. Processi di internazionalizzazione e globalizzazione in atto.

**Testi di riferimento**

R. NORMAN, *La gestione strategica dei servizi*, Etas Libri, Milano, ultima edizione  
 M. BERRETTA – O.N. Fiorucci, *La distribuzione turistica: strategie per il vantaggio competitivo*, dispensa Cst  
 A fine corso verrà messo a disposizione presso la Biblioteca un cd-rom che conterrà la dispensa e le slide utilizzate durante le lezioni.

**ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE IMPRESE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Fabiola Sfodera (8 crediti)*

(PROGRAMMA DA DEFINIRE))

**TESTI DI RIFERIMENTO**

DE SIMONE NIQUESA L., *Economia e direzione delle imprese ricettive e ristorative*, Collana si studi e ricerche sul turismo, Franco Angeli Editore, 2003  
 SFODERA F., *Strumenti di marketing e management per la gestione delle imprese turistiche nell'economia dell'esperienza*, Morlacchi Editore, 2006  
 SFODERA F. – VIGO C., *Dispense del laboratorio di Organizzazione delle imprese ristorative*

**ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ATTIVITÀ CULTURALI ED AMBIENTALI**

*Prof.ssa Fabiana Sciarelli (8 crediti)*

Definizione del prodotto teatrale. Definizione del prodotto "territorio".  
 Lo spettacolo e la gestione produttiva: l'impresa teatrale, la messa in scena ed il suo processo di produzione, il teatro e gli spettatori.  
 Il teatro ed il suo settore: la situazione normativa, il Sistema Teatrale Italiano, la concorrenza.  
 La gestione strategica dell'impresa teatrale: l'analisi strategica, le strategie di base, le strategie competitive.  
 Il marketing per il teatro: il marketing strategico, il marketing operativo (distribuzione, prezzo e comunicazione), sistemi informativi di marketing.  
 L'architettura organizzativa dell'impresa teatrale e la gestione delle risorse umane: la struttura organizzativa, la gestione delle risorse umane.  
 La gestione economico-finanziaria: la pianificazione ed il controllo, le forme, le fonti di finanziamento e le tecniche di fund raising.  
 Il project management degli eventi culturali: ideazione, pianificazione, realizzazione e completamento.  
 Le attività culturali e ambientali come volano per lo sviluppo territoriale.  
 Studio di casi nazionali ed internazionali. Sistemi informativi di marketing.

**TESTI**

F. Sciarelli, *La Gestione dell'Impresa Teatrale tra Arte e Economia*, Giannini Editore, 2005.

**TESTI CONSIGLIATI**

L. Argano, La Gestione dei Progetti di Spettacolo, Franco Angeli, 1997.

F. Colbert, Marketing delle Arti e della Cultura, Etas, 2000.

L. Argano, A. Bollo, P. Dalla Sega, C. Vivalda, Gli eventi culturali, Franco Angeli, 2005.

**ALTRE ATTIVITA' DIDATTICHE**

Seminari con esperti ed operatori del settore.

Laboratori didattici: progettazione e realizzazione di ricerche sulle attività culturali umbre.

**ECONOMIA DEI GRUPPI DELLE IMPRESE TURISTICHE**

*Prof.ssa Miriam Berretta (4 crediti) nuovo ordinamento*

*I° parte Economia dei gruppi e delle cooperazioni aziendali per le imprese turistiche*

1. La giusta dimensione L'azienda come sistema input-output e suoi rapporti con l'ambiente. Evoluzione dell'ambiente e processi di crescita aziendale per la ricerca della giusta dimensione. Il prodotto turistico come prodotto sistemico. Strategie per il superamento della frammentazione del settore: crescita interna e crescita esterna. Crescita esterna secondo la teoria classica e secondo la teoria moderna. Accordi tra aziende e loro classificazione con particolare riferimento al settore turistico. Il concetto di rete e le sue determinanti. La rete del valore.

2. I gruppi. Aspetti economico-aziendali, caratteri distintivi e possibili classificazioni. Diverse teorie di gruppo. La disciplina dei gruppi nella riforma del diritto societario. La gestione: operazioni "esterne" tra gruppo e mercato; il "quasi-mercato" interno al gruppo e le politiche dei prezzi di trasferimento.

3. La strategia a livello di corporate: dal vantaggio competitivo alla strategia aziendale. Premesse perché una strategia a livello di corporate crei valore. Diverse tipologie di strategie a livello di gruppo: il caso Marriott. Il processo di due diligence.

4. Case-history nel settore turistico

*II° Parte Sistema informativo dei gruppi: il bilancio consolidato*

Il bilancio consolidato. La normativa di riferimento. Recepimento dei principi contabili internazionali. Funzione informativa del bilancio consolidato e destinatari dell'informativa. Processo di redazione del bilancio consolidato tra normativa nazionale e internazionale.

Individuazione dell'area di consolidamento. Analisi preliminare dei bilanci e predisposizione al consolidato. Scelta del metodo di consolidamento: metodi analitici e metodi sintetici. Eliminazione di valori derivanti da operazioni interne al gruppo.

Redazione dei documenti del bilancio consolidato: lo stato patrimoniale consolidato; il conto economico consolidato; la nota integrativa; gli allegati al bilancio consolidato. Il consolidato fiscale. Il consolidato fiscale domestico. Il consolidato fiscale mondiale. Esercitazioni

**TESTI CONSIGLIATI:**

Libero Mario Mari (2005), Le aggregazione e i gruppi cooperativi. Forme organizzative e informativa di bilancio, Giappichelli, Torino

Altro materiale didattico e dispense verranno consigliate dal Docente durante lo svolgimento del corso

**ECONOMIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

*Prof. Roberto Celentano (6 e 8 crediti)*

**Obiettivi formativi del Corso:**

Il corso affronta, secondo una prospettiva marketing oriented, i principali temi della strategia e della gestione delle attività di comunicazione aziendale. Il corso si propone quattro obiettivi:



- fornire agli studenti un quadro concettuale e metodologico della comunicazione aziendale adeguato all'attuale sviluppo organizzativo delle imprese;
- fornire un quadro completo delle iniziative e degli strumenti di comunicazione adottati dalle imprese;
- trasferire i metodi per progettare e gestire la comunicazione aziendale e per valutarne i risultati.

**Programma sintetico del corso:**

*Parte prima:* la funzionalità della comunicazione aziendale al sostegno e allo sviluppo dell'impresa (argomenti comuni per 6 e 8 crediti)

La collocazione delle attività di comunicazione nel processo di marketing.

Gli obiettivi della comunicazione.

Processo di comunicazione e comportamento del consumatore individuale ed industriale.

*Parte seconda:* strategie e politiche di comunicazione (argomenti comuni per 6 e 8 crediti)

Le scelte di copertura, frequenza e temporizzazione delle attività di comunicazione.

Le decisioni di budget e di rapporto con le strutture esterne.

Strategie e politiche di comunicazione lungo il ciclo di vita del prodotto/servizio.

La misurazione dei risultati delle attività di comunicazione.

*Parte terza:* le leve della comunicazione aziendale (argomenti comuni per 6 e 8 crediti)

Analisi dei principali strumenti di communication mix.

La pubblicità.

Le promozioni vendite.

Le relazioni pubbliche.

La sponsorizzazione.

Il punto vendita.

Il marchio, il prodotto e il packaging.

*Parte quarta:* la comunicazione nelle P.M.I. e nelle aziende di servizi (argomenti solo per 8 crediti)

La comunicazione sociale.

La comunicazione economica-finanziaria.

La comunicazione organizzativa.

La comunicazione nelle P.M.I. e nelle aziende di servizi.

La microcomunicazione.

**TESTI DI BASE:**

RUSSELL S. WINER, Marketing management, Apogeo, 2002, (cap. 5, 8 e 12).

G. Fabris (a cura di), La comunicazione d'impresa. Dal mix di marketing al communication mix, Sperling & Kupfer, 2003;

VALDANI E. (a cura di), Marketing, UTET, 1999, (Parte 4 – Comunicazione).

E. Invernizzi, La comunicazione organizzativa: teorie, modelli e metodi, Giuffrè Editore, 2000 (cap. 4).

Materiale aggiuntivo (casi ed applicazioni) verrà fornito dal docente durante il corso.

**TESTI CONSIGLIATI PER APPROFONDIMENTI:**

E.T. Brioschi, Etica e deontologia nella comunicazione d'azienda, Vita e Pensiero, Milano, 2003.

E.T. Brioschi, Marketing e comunicazione. Evoluzione di un rapporto, Vita e Pensiero, Milano, 2002.

**ELABORAZIONE AUTOMATICA DEI DATI PER LE DECISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE**

*Prof. Mauro Pagliacci*

*(7 crediti)*

**Principi di Algebra Lineare:**

Descrizione, struttura lineare, matrice trasposta, prodotto di matrici, matrice identità, matrice inversa, operazione pivot, rango di una matrice.  
Soluzioni di sistemi lineari. Lo spazio euclideo  $R^n$ : struttura lineare, metrica e d'ordine, insiemi convessi.

Esempi e Applicazioni con Excel.

**Funzioni e modelli:** Funzioni lineari e non. L'uso di Excel per lo studio di una funzione.

Esempi e Applicazioni.

**Programmazione Matematica:** Problemi di programmazione lineare, teorema di ottimizzazione, forma canonica e forma standard di un p.p.l., vertici di un poliedro e soluzioni basiche ammissibili di un p.p.l. in forma standard, algoritmo del simplesso, ricerca delle soluzioni e classificazione dei p.p.l. Esempi e Applicazioni.  
Il risolutore di Excel per la soluzione di problemi di programmazione matematica.

L'esame si svolgerà in forma scritta eventualmente seguita da un colloquio orale.

Il ricevimento studenti sarà fissato durante le lezioni

**TESTO CONSIGLIATO**

S. WERNER, S.R. CONSTENOBLE, Strumenti quantitative per la gestione aziendale, ed. Apogeo, 2002

L. PECCATI, S. SALSA, A. SQUELLATI, Matematica per l'economia e per l'azienda, ed. Egea, III edizione, 2004.

**ALTRI TESTI DI UTILE CONSULTAZIONE:**

FREDERICK S. HILLIER E GERALD J. LIEBERMAN, Introduzione alla ricerca operativa, Franco Angeli Editore (1999)

MOKHTAR S. BAZARAA E JOHN J. JARVIS, Linear programming and network flows, John Wiley & Sons (1977)

WAYNE L. WINSTON, Operations research, Duxbury Press (1994)

**ELEMENTI DI PSICOLOGIA DEL TURISMO**

*Prof. Francesca Angelini (2 crediti)*

Il turismo e la psicologia: le definizioni di turismo e di turista - I diversi approcci psicologici nello studio del turismo - Turismo e società. La persona come soggetto bio-psico-sociale. Le fasi del viaggio: come si decide il viaggio (il processo decisionale, l'analisi delle motivazioni, le informazioni, percezione ed interazionismo simbolico) - il viaggio di andata e di ritorno - il turista a destinazione (il rapporto tra turisti, il rapporto tra turisti e residenti, gli shock culturali, gli shock ambientali, il turismo e la globalizzazione, il turismo e le psicopatologie, il cliente: definizioni e bisogni, soddisfazione ed insoddisfazione turistica, la formazione degli operatori, gli atteggiamenti verso il cibo) - la funzione del ricordo. Il turismo e gli interessi speciali: turismo e natura - turismo e cultura - turismo e gastronomia - turismo e salute - turismo e gioco - turismo e pellegrinaggio - turismo e avventura turismo e autenticità. Nuovi orizzonti: il turismo macabro, quello intergenerazionale e quello galattico.

**TESTO:**

F. ANGELINI, Elementi di psicologia del turismo, in preparazione.

**FINANZIAMENTI DI IMPRESA**

*Prof. Alberto Burchi (4 crediti)*

Obiettivo:

Il corso intende fornire le conoscenze di base in tema di gestione finanziaria del passivo. Saranno analizzati i diversi aspetti operativi della raccolta di capitali: valutazione del fabbisogno e scelta dello strumento tecnico adatto alla copertura. L'obiettivo è quello di esaminare le caratteristiche strutturali e funzionali di una molteplicità di soluzioni adatte al soddisfacimento del fabbisogno finanziario della azienda.

Programma

I principi che ispirano il comportamento della funzione finanza.  
 I principali modelli di sistema finanziario e le implicazioni per la finanza d'azienda.  
 Il valore finanziario del tempo e distribuzione temporale dei flussi.  
 Il fabbisogno di finanziamento e le diverse forme di copertura: il capitale proprio e il capitale di credito  
 Le politiche finanziarie aziendali: il ciclo di vita e le dinamiche settoriali.  
 Rating e valutazione di affidabilità creditizia degli emittenti.  
 Strumenti di finanziamento a medio e lungo termine: il capitale di rischio, il capitale intermedio, il capitale di debito a m/l termine.  
 Finanza agevolata.  
 Il capitale circolante e le politiche del credito commerciale.  
 Gli strumenti di finanziamento a breve termine.  
 L'area finanza nelle piccole-medie imprese.  
 Il corso prevede lo svolgimento di una esercitazione, che richiede momenti di lavoro di gruppo "guidato". La presentazione dei risultati avviene "in plenaria".

**TESTI**

Maurizio Dallochio e Antonio Salvi, Finanza d'Azienda, 2a ed., Egea, Milano, 2004.

**LETTURE SUGGERITE PER EVENTUALI SUGGERIMENTI**

FABRIZI P.L. - FORESTIERI G. - MOTTURA P., Gli strumenti finanziari, Milano, Egea, 2003.

Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Sandro Sandri, Principi di finanza aziendale, The McGraw-Hill Companies, 2005.

I singoli argomenti del programma potranno essere approfonditi facendo riferimento alle bibliografie riportate nei suddetti testi. Bibliografie particolari su temi specifici saranno forniti agli studenti a ciò interessati.

**GEORAFIA DEL TURISMO**

*Prof.ssa Elvira Lussana (5 crediti)*

Leggere i segni territoriali dell'agire turistico diventa oggi per la Geografia del Turismo procedura conoscitiva complessa non essendo più le particolari caratteristiche geografiche di un luogo la motivazione del viaggio.

Le scelte delle meta turistica sono sempre più legate a fattori a-geografici(cultura,moda,sogno) per non parlare dell'attrattiva rappresentata dalle offerte last minute, dalle vacanze tutto escluso o tutto incluso e dal fascino esercitato dai non-luoghi. A fronte dell'affermarsi di una cultura omologante e fortemente individualistica hanno assunto una crescente valenza quelle motivazioni capaci di dare un senso-reificare-l'Esistenza inserendola in un Altrove indeterminato arricchendola con l'esperienza dell'ignoto,perseguito secondo itinerari da inventare.

E' altresì convinzione condivisa(da Baudelaire a Simmel) che un processo di ri-definizione del Sé, un ri-trovarsi trova nella volontà del perdersi,del trasgredire nell'esilio dal noto verso una fuoruscita dal Mondo, una sicura strategia attuativa.

Alla Geografia del Turismo (tradizionale) non può che ascrivere come finalità quella di leggere,descrivere le realtà nelle quali oggi si concentrano i flussi turistici a quella post-moderna quella di riflettere sulle motivazioni delle scelte del Turista.Sia che ci si muova all'interno della consolidata conoscenza geografica o in quella più effimera degli ultimi anni è necessario tener presente le transizioni epistemologiche del Sapere Geografico che fornisce alle Geografi(E) del Turismo gli impianti argomentativi e le categorie concettuali indispensabili per affrontare la complessità di lettura del fenomeno turistico

Il percorso didattico insiste su tre segmenti:

Geografia e Geografia del Turismo

Geografia del Turismo oggi

Riflessione sull'arazionalità di alcune recenti scelte della destinazione turistica

**TESTO DI RIFERIMENTO**

Innocenti P, Geografia del turismo, ed. Carocci, Roma, ultima edizione 2007 (esclusi i capitoli 5 e 6)

**GESTIONE DELLA QUALITÀ NELLE AZIENDE TURISTICHE**

*Prof. Susanna Mensitieri*

*(6 crediti)*

- Il mutamento degli scenari competitivi e l'orientamento alla qualità. La scoperta della qualità nel mondo occidentale. Il concetto di qualità.

- la customer satisfaction : un parametro indispensabile per misurare l'andamento di un'azienda. Misurare le performance attraverso il metro del cliente. Come gestire il monitoraggio della customer satisfaction: metodologie e strumenti operativi.

- Il prodotto-servizio e il mercato. La cultura del servizio: dal marketing di prodotto al marketing di servizio. Le caratteristiche distintive del servizio.

- L'organizzazione e il servizio. Il modellamento della qualità del servizio nel piano del cliente/consumatore. Il modellamento della qualità del servizio nel piano dell'organizzazione. La qualificazione del servizio e il ciclo aziendale.

- La qualità ed il governo dei processi. Dalla qualità di prodotto alla qualità di servizio. Il processo quale elemento dell'organizzazione e anello della catena del valore.

- L'approccio sistemico alla qualità: organizzazione e gestione per processi.

Imparare a leggere le aziende attraverso i processi. La rappresentazione grafica del processo: azioni, risorse, criticità, tempi. Costruire i diagrammi di flusso.

- La qualità del processo e l'ottimizzazione globale: il controllo di gestione applicato al processo: il sistema degli indicatori aziendali per la valutazione dell'affidabilità di processo, dell'efficienza e dell'efficacia (tempi, qualità, costi). Le metodologie per il processo di miglioramento della organizzazione.

- La trasformazione del concetto di turismo: i nuovi modelli e sistemi di servizi per l'ospitalità. La frammentazione del mercato, i nuovi bisogni, la capacità autoreferenziale del cliente. La qualità come strumento competitivo.

- Qualità e sistema dei servizi dell'ospitalità: cosa vogliamo intendere per Qualità. La via della qualità per il sistema dell'ospitalità. Modelli e riferimenti. Le dimensioni della Qualità nei servizi turistici e dell'ospitalità.

- La chiave delle UNI EN ISO 9000: terminologia e definizioni. Illustrazione dello sviluppo e della storia del gruppo di normative ISO 9000. Esame della ISO 9001:2000 e della ISO 9004:2000. I sistemi di gestione per la qualità: natura e scopo. Il sistema di riferimento internazionale, europeo e nazionale della qualità. Il valore della certificazione.

- Il progetto di sviluppo del sistema qualità nell'organizzazione turistica.

Tecniche ed approcci. Costruire il sistema documentale della qualità: manuale, procedure, modelli di registrazione. La gestione delle verifiche ispettive interne e degli altri strumenti di analisi e miglioramento. Motivazione e coinvolgimento del cliente interno, gestione del cambiamento e comunicazione per il successo del progetto.

- Relazione tra i sistemi di gestione per la qualità, i modelli di eccellenza ed altri modelli utilizzati per la qualità dalle organizzazioni del settore.

- il problema della sostenibilità dell'attività turistica: dagli obblighi di legge alle normative volontarie alla responsabilità sociale: dove sta andando la qualità (accenni ai sistemi integrati ISO 9001-ISO 14001 ed alle norme SA 8000).

**TESTO:**

G. NEGRO Organizzare la qualità nei servizi- un modello per l'eccellenza nelle imprese e negli enti di servizio - Il Sole 24 Ore Libri

Dispense, case history e normativa di riferimento (UNI EN ISO 9001:2000 -UNI EN ISO 9004:2000) predisposti e distribuiti dal docente.

**LETTURE CONSIGLIATE**

J.CARLSON La piramide rovesciata ,Ed. 24Ore 1995

J.HESKETT- W. EARLI SASSER Jr. LEONARD. SCHLESSINGER *La catena del profitto nei servizi*, Sperling &Kupfer ed.

H. BECKWITH *Vendere l'invisibile* Sperling &Kupfer ed.

E.VALDANI, B.BUSACCA, M.COSTABILE *La soddisfazione del cliente* Egea (SDA Bocconi)

PARASURAMAN, BERRY, ZEITHLMAN *Servire Qualità* McGraw Hill 1992

**GESTIONE DELLA QUALITÀ NELLE AZIENDE TURISTICHE**

*Prof. Susanna Mensitieri (4 crediti) Nuovo ordinamento*

Il mutamento degli scenari competitivi e l'orientamento alla qualità. La scoperta della qualità nel mondo occidentale. Il concetto di qualità.

La customer satisfaction per misurare le performance aziendali attraverso il metro del cliente. Come gestire il monitoraggio della customer satisfaction: metodologie e strumenti operativi

La qualità ed il governo dei processi. Il processo quale elemento dell'organizzazione e anello della catena del valore. Il sistema di indicatori aziendali per la valutazione dell'efficienza e dell'efficacia di processo (tempi, qualità, costi) e per il miglioramento della organizzazione.

Qualità e sistema dei servizi dell'ospitalità: cosa vogliamo intendere per Qualità. La via della qualità per il sistema dell'ospitalità. Modelli e riferimenti. Le dimensioni della Qualità nei servizi turistici e dell'ospitalità.

Il concetto di standard ed il sistema normativo internazionale, europeo e nazionale.

Illustrazione dello sviluppo e della storia del gruppo di normative ISO 9000 con particolare riferimento a ISO 9001:2000 e ISO 9004:2000. I sistemi di gestione per la qualità: natura e scopo e valore della certificazione. Relazione tra i sistemi di gestione per la qualità, i modelli di eccellenza ed altri modelli utilizzati per la qualità dalle organizzazioni del settore.

Il progetto di sviluppo del sistema qualità nell'organizzazione turistica. Tecniche ed approcci. Costruire il sistema documentale della qualità: manuale, procedure, modelli di registrazione. Gli strumenti e le tecniche per introdurre la qualità nell'impresa:

l'importanza delle risorse umane per il successo del progetto "qualità".

il problema della sostenibilità dell'attività turistica: dagli obblighi di legge alle normative volontarie alla responsabilità sociale: dove sta andando la qualità (accenni ai sistemi integrati ISO 9001-ISO 14001 ed alle norme SA 8000).

**TESTO:**

Organizzare la qualità nei servizi- un modello per l'eccellenza nelle imprese e negli enti di servizio - G. Negro - Il Sole 24 Ore Libri

Dispense, slides, case history e normativa di riferimento (UNI EN ISO 9001:2000 -UNI EN ISO 9004:2000) predisposti e distribuiti dal docente.

**LETTURE CONSIGLIATE**

La piramide rovesciata di J.Carlson Ed. 24Ore 1995

La catena del profitto nei servizi J.Heskett W. Earl Sasser Jr. Leonard. Schlessinger Sperling &Kupfer ed.

Vendere l'invisibile H. Beckwith Sperling &Kupfer ed.

Servire Qualità – Parasuraman, Berry, Zeithlman – McGraw Hill 1992

**GESTIONE DELLE AZIENDE DI TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

*Prof. Maria Del Duca (8 crediti)*

*Obiettivo*

Il corso intende sviluppare in modo completo due fondamentali macroaree formative: macroarea formativa relativa al prodotto e al processo ristorativo; macroarea formativa relativa al mercato e società di consumo dei prodotti ristorativi.

*Contenuti:*

Il mercato ristorativo (Italia, Europa, Paesi extraeuropei). Trend, stili di vita e comportamenti di consumo ed acquisto. Mutamenti e cambiamenti socioculturali. La distribuzione del prodotto alimentare. Nuovi format ristorativi. Il comparto foodservice; modelli organizzativi e gestionali dell'azienda ristorativa nel suo complesso; flusso della linea produttiva, tempistica e sistemi della produzione. I convenience foods. Il rapporto tra tecnologia ed innovazione produttiva nelle aziende ristorative

*Itinerari tematici di approfondimento:*

Tipicità, identità e fenomeni connessi. Il turismo enogastronomico. Nuove forme di distribuzione dei prodotti e servizi ristorativi. Il web marketing e canali di vendita on line.

Globalizzazione e società multietnica: migrazioni ed abitudini alimentari, lo stile fusion.

**TESTO ADOTTATO OBBLIGATORIO PER L'ESAME E LA COMPrensIONE DEGLI ARGOMENTI:**

M. Del Duca, Manager dei processi ristorativi, ed. Morlacchi, Perugia, nuova edizione aggiornata 2006.

**GESTIONE DELLE AZIENDE DI TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

*Prof. Maria Del Duca*

*(4 crediti) Nuovo ordinamento*

*Obiettivo*

Il corso intende sviluppare in modo completo due fondamentali macroaree formative: macroarea formativa relativa al prodotto e al processo ristorativo; macroarea formativa relativa al mercato e società di consumo dei prodotti ristorativi.

*Contenuti*

Il mercato ristorativo (Italia, Europa, Paesi extraeuropei). Trend, stili di vita e comportamenti di consumo ed acquisto. Mutamenti e cambiamenti socioculturali. La distribuzione del prodotto alimentare. Nuovi format ristorativi. Il comparto foodservice; modelli organizzativi e gestionali dell'azienda ristorativa nel suo complesso; flusso della linea produttiva, tempistica e sistemi della produzione. I convenience foods. Il rapporto tra tecnologia ed innovazione produttiva nelle aziende ristorative

**TESTO ADOTTATO OBBLIGATORIO PER L'ESAME E LA COMPrensIONE DEGLI ARGOMENTI:**

M. Del Duca, Manager dei processi ristorativi, ed. Morlacchi, Perugia, nuova edizione aggiornata 2006.

**GESTIONE INFORMATICA DEI DATI NELLE IMPRESE DI VIAGGI E DI TRASPORTO**

*Prof. Paolo Desinano*

*(6 crediti)*

*Gestione della tecnologia*

Hardware, software e knoware. Rete di sostegno della tecnologia. Funzione e uso dell'informatica.

*Fondamenti concettuali*

Informatica, informazione, dati conoscenza. Problemi, algoritmi, linguaggi di programmazione.

*Generalità sullo hardware*

Architettura von Neumann. Architettura generale: CPU e RAM. Supporti di memoria. Periferiche I/O. Architetture: classificazione di Flynn.

*Generalità sul software*

Macchine astratte. Sistema operativo. Software di base ed applicativo.

*Reti e comunicazione dati*

Sistemi di trasmissione: linee, banda di trasmissione, velocità di trasmissione dati e tecnologie trasmissive (multiplexing). Sistemi di comunicazione: reti e commutazione, commutazione di pacchetto e di circuito. Generalità sull'architettura OSI.

*Internet*

Infrastruttura e protocolli. I servizi commerciali più diffusi: posta elettronica, web publishing, file transfer.

*Informatica aziendale*

La risorsa informazione in azienda. Sistema informativo e sistema informatico. Evoluzione del concetto di sistema informativo.

*Informatica e strategia*

Rilevanza strategica dell'informatica. L'informatica nel prodotto/servizio, nella catena del valore e nel settore. I sistemi informatici strategici.

*Informatica e imprese dei viaggi*

L'informatica nel prodotto/servizio, nelle catene del valore e nella struttura del settore dei viaggi.

*Informatica e agenzie di viaggi*

L'informatica nel prodotto/servizio della AdV. L'informatica nella catena del valore dell'AdV. Le opzioni informatiche.

*Informatica e tour operator*

L'informatica nel prodotto/servizio del TO. L'informatica nella catena del valore del TO. Le opzioni informatiche.

*E-business nel settore dei viaggi*

CRS e GDS per viaggi. Internet e imprese dei viaggi.

*La gestione della rete di sostegno dell'informatica*

La reingegnerizzazione dei processi di business (BPR). L'OO-BPR. UML per BPR.

*Esercitazioni*

Elementi di programmazione in MS Excel VBA

**TESTI CONSIGLIATI**

D. SCIUTO, G. BUONANNO, L.M. MARI, *Introduzione ai sistemi informatici*. 3ª edizione, McGraw-Hill, Milano, 2005.

P. DESINANO, *Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo. Quadro concettuale e metodologico* – 2ª edizione, FrancoAngeli, Milano, 2005.

P. DESINANO, *Gestione informatica dei dati nelle imprese turistiche*, Pitagora editrice, Bologna, 2002.

*Modalità d'esame*

L'esame si articola in tre prove:

Prova pratica del laboratorio "Sistemi informatici per le imprese dell'ospitalità"

Progetto software in MS Excel VBA

Prova orale

Per accedere alla prova orale occorre aver superato la prova pratica e aver ottenuto l'approvazione del progetto.

**GESTIONE INFORMATICA DEI DATI NELLE IMPRESE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Paolo Desinano*

*(6 crediti)*

*Gestione della tecnologia*

Hardware, software e knoware. Rete di sostegno della tecnologia. Funzione e uso dell'informatica.

*Fondamenti concettuali*

Informatica, informazione, dati conoscenza. Problemi, algoritmi, linguaggi di programmazione.

*Generalità sullo hardware*

Architettura von Neumann. Architettura generale: CPU e RAM. Supporti di memoria. Periferiche I/O. Architetture: classificazione di Flynn.

*Generalità sul software*

Macchine astratte. Sistema operativo. Software di base ed applicativo.

*Reti e comunicazione dati*

Sistemi di trasmissione: linee, banda di trasmissione, velocità di trasmissione dati e tecnologie trasmissive (multiplexing). Sistemi di comunicazione: reti e commutazione, commutazione di pacchetto e di circuito. Generalità sull'architettura OSI.

*Internet*

Infrastruttura e protocolli. I servizi commerciali più diffusi: posta elettronica, web publishing, file transfer.

*Informatica aziendale*

La risorsa informazione in azienda. Sistema informativo e sistema informatico. Evoluzione del concetto di sistema informativo.

*Informatica e strategia*

Rilevanza strategica dell'informatica. L'informatica nel prodotto/servizio, nella catena del valore e nel settore. I sistemi informatici strategici.

*Informatica e imprese dell'ospitalità*

L'informatica nel prodotto/servizio, nelle catene del valore e nella struttura del settore dell'ospitalità.

*Informatica e hotel*

L'informatica del prodotto/servizio hotel. L'informatica nella catena del valore dell'hotel.

Le opzioni informatiche.

*Informatica e ristorante*

L'informatica nel prodotto/servizio ristorante. L'informatica nella catena del valore del ristorante. Le opzioni informatiche.

*E-business nel settore dell'ospitalità*

CRS e GDS per viaggi e ospitalità. Internet e imprese dell'ospitalità.

*La gestione della rete di sostegno dell'informatica*

La reingegnerizzazione dei processi di business (BPR). L'OO-BPR. UML per BPR.

*Esercitazioni*

Elementi di programmazione in MS Excel VBA

**TESTI CONSIGLIATI**

D. SCIUTO, G. BUONANNO, L.M. MARI, Introduzione ai sistemi informatici. 3a edizione, McGraw-Hill, Milano, 2005.

P. DESINANO, Imprese turistiche, informatica e vantaggio competitivo. Quadro concettuale e metodologico – 2a edizione, FrancoAngeli, Milano, 2005.

P. DESINANO, Gestione informatica dei dati nelle imprese turistiche, Pitagora editrice, Bologna, 2002.

*Modalità d'esame*

L'esame si articola in tre prove:

Prova pratica del laboratorio "Sistemi informatici per le imprese dell'ospitalità"

Progetto software in MS Excel VBA

Prova orale

Per accedere alla prova orale occorre aver superato la prova pratica e aver ottenuto l'approvazione del progetto.

**GESTIONE INFORMATICA DEI DATI PER LE ATTIVITÀ CULTURALI ED AMBIENTALI**

*Prof. Paolo Desinano*

*(6 crediti)*



**ISTITUZIONI DI DIRITTO PRIVATO***Prof. Gerardo Gatti (8 crediti)*

Il corso intende offrire un panorama istituzionale della “cultura delle regole” del diritto privato – nel quadro delle norme vigenti e dei principi costituzionali, con riferimento all’interpretazione giurisprudenziale e alla prassi delle relazioni economiche – in modo da consentire allo studente di impostare in concreto, con riferimento alle singole tematiche (fonti, soggetti, beni, obbligazioni, autonomia privata, contratti, imprese e società, titoli di credito, responsabilità civile, proprietà e possesso, famiglia, successioni, tutela dei diritti), quel rapporto dialettico tra enunciati normativi e realtà socio–economiche nel quale si realizza e si esprime l’esperienza giuridica nell’attuale momento storico.

In considerazione delle speciali finalità del corso universitario nel cui ambito viene impartito l’insegnamento, saranno approfondite – anche con esercitazioni – le tematiche delle obbligazioni e dei contratti, avuto speciale riguardo ai contratti dei consumatori.

**TESTI CONSIGLIATI:**

Premesso che, in sede universitaria, è necessario acquisire la conoscenza di una materia, non quella di un manuale, lo studente è libero di utilizzare, per la sua preparazione, l’uno o l’altro dei manuali di Istituzioni di diritto privato esistenti sul mercato, purché recentemente editi, ma con esclusione categorica di quelli per le scuole medie superiori e delle sinossi.

Lo studente dovrà dimostrare padronanza del Codice Civile e delle principali leggi speciali, in genere riportate in appendice. Gli studenti dovranno recare il Codice con sé alle lezioni, alle esercitazioni e all’esame. Tutte le varie edizioni del Codice Civile in commercio sono equipollenti, purché siano le ultime ed aggiornate, coordinate con note ed integrate con le leggi speciali di uso comune.

**In considerazione delle finalità istituzionali del corso e dell’opportunità di contenere i costi per gli studenti, si consigliano in alternativa i seguenti manuali:**

Torrente – Schlesinger, Manuale di diritto Privato, Milano, Giuffrè, ultima edizione

Trabucchi, Istituzioni di diritto civile, Padova, CEDAM, ultima edizione.

Galgano, Diritto privato, Padova, CEDAM, ultima edizione.

Gatti G., Lezioni di Istituzioni di Diritto Privato, Città di Castello, Edimond, 2005

**LEGISLAZIONE DEL TURISMO***Prof. Gianluca Ciurnelli (5 crediti)*

Il programma della materia comprende l’analisi specifica della normativa riguardante le attività turistiche, con lo studio dei rapporti contrattuali e privatistici e di quelli di diritto pubblico caratterizzanti lo specifico settore economico. In particolare verranno trattati i seguenti argomenti: contratto di albergo; responsabilità dell’albergatore per cose consegnate e portate in albergo; contratti di “allotment”; contratto di organizzazione e intermediazione di viaggio; Convenzione di Bruxelles e decreto legislativo 6 settembre 2005, n.206 (codice del consumo); locazioni alberghiere e di interesse turistico e affitto di aziende alberghiere; contratto di trasporto; regolamento CEE sull’over booking aereo; contratti del tempo libero; multiproprietà; titoli di credito e documenti di legittimazione di interesse turistico; legge 29 marzo 2001, n.135, “Riforma della legislazione nazionale del turismo”; organizzazione turistica pubblica centrale; Enit; organizzazione turistica pubblica regionale e subregionale; sistemi turistici locali; alberghi e altre strutture ricettive; agenzie di viaggio e turismo; professioni turistiche; legislazione regionale in materia turistica; normativa comunitaria in materia turistica. Il programma verrà svolto anche con esercitazioni che verteranno su casi di specie. Sono previste, inoltre delle conferenze integrative di altri docenti ed esperti della materia.

**TESTI CONSIGLIATI**

AA. VV., *Manuale di diritto del turismo*, (diretto da Franceschelli –Morandi), 2007, Giappichelli, Torino;

**LINGUA FRANCESE I***Prof. Catherine Leroy (8 crediti)*

Il corso intenderà realizzare un approccio comunicativo della lingua francese nei vari settori del turismo privilegiando la forma linguistica orale necessaria in diverse situazioni professionali. Si studieranno il settore dei trasporti : treno, aereo, ferry ... le situazioni di comunicazione in albergo e in agenzia di viaggi.

Questo studio si appoggerà su una grammatica di base : articoli, preposizioni, pronomi personali soggetto, presente indicativo dei verbi, femminile e plurale dei nomi e degli aggettivi, numeri, aggettivi possessivi, aggettivi dimostrativi, forma negativa, forma interrogativa, avverbi interrogativi, pronomi personali tonici, pronomi complemento oggetto, gallicismi, pronomi possessivi, pronomi dimostrativi ecc...

Durante il corso si farà anche una semplice presentazione dell'Italia, le sue regioni, la sua cultura nei suoi aspetti più generali e in quelli più particolarmente interessanti per gli operatori turistici.

Grammatica in dettaglio

Alfabeto	Aggettivi possessivi
Articoli determinativi	Aggettivi dimostrativi
Articoli indeterminativi	Forma negativa
Numeri cardinali	Forma interrogativa
Numeri ordinali	Aggettivi e pronomi
interrogativi	
Etre avoir aller presente indicativo	Avverbi interrogativi
Traduzione di molto	C'est/ Il est
Preposizioni semplici	Pronomi personali tonici
Pronomi personali soggetto	Pronomi complemento
oggetto	
Presente indicativo dei verbi	Voici, voilà, il y a
Femminile dei nomi e degli aggettivi	Gallicismi
Plurale dei nomi e degli aggettivi	Pronomi possessivi
Condizionale presente	Pronomi dimostrativi
Avverbi di modo	Imperativo
Comparativi, superlativi	Verbi pronominali
Participio passato	Articoli partitivi

Esami

Esame scritto : dialogo da compilare (argomenti visti durante il corso) esercizi di grammatica presentazione di una città a partire da elementi dati

Esame orale : dialogo in "situazione turistica" col docente presentazione di un monumento presentarsi, leggere l'ora

**LINGUA FRANCESE II***Prof. Catherine Leroy (8 crediti)*

Il corso intende sviluppare le conoscenze e le competenze della lingua francese nel settore del turismo. La lingua si studierà a partire da testi e dialoghi in francese permettendo di trattare diversi aspetti del turismo : turismo marittimo, turismo bianco, turismo verde, turismo culturale, turismo di crociera, turismo termale e turismo d'affari.

Ogni capitolo si organizzerà intorno a queste tematiche cercando inoltre di approfondire la grammatica e il campo lessicale associati includendo anche una scoperta di diverse regioni

della Francia. Questo secondo anno di studio cercherà per di più di fare acquisire agli studenti gli strumenti per l'uso della lingua scritta commerciale.

#### Grammatica in dettaglio

Particularités des verbes en –er	La forme passive
Le passé composé	Prépositions de temps
Les adverbes de quantité	Les pronoms relatifs
L'imparfait	Les verbes impersonnels
Les expressions de but	Les pronoms COI
Les verbes pronominaux	Les adjectifs en –el et –al
Le futur	Les pronoms EN et Y
Le participe présent, gérondif	Les expressions de la conséquence
Le subjonctif	Les expressions de cause

#### Esami

Esame scritto : testo da compilare a partire da indicazioni (grammatica e lessico) test di comprensione del testo (piccole domande, riassunto) lettera commerciale da scrivere  
 Esame orale : presentare un argomento tratto da un articolo lavorato a casa presentare e discutere un articolo sconosciuto verifica della conoscenza di una regione francese scelta ad estrazione

### **LINGUA INGLESE I**

*Prof. Liam Francis Boyle*

*(8 crediti)*

#### *Contenuto del corso*

L'obiettivo generale è l'approfondimento del lessico e della grammatica, dei termini economici e turistici inglesi, ripassando e consolidando le regole grammaticali attraverso esercizi di vocabolario e la lettura degli articoli.

Il corso sarà basato su una revisione sistematica della lingua e sulla lettura di alcuni articoli in inglese, la cui consultazione risulta spesso indispensabile per la preparazione di esami e per lo svolgimento della tesi di laurea. Il corso si focalizzerà soprattutto sull'acquisizione dello specifico linguaggio del settore turistico, sull'approfondimento del lessico e della grammatica e sui termini economici e turistici, al fine di fornire agli studenti strumenti utili per sviluppare le strategie indispensabili per comunicare nella lingua inglese.

C'è un stretto rapporto tra gli argomenti studiati durante le lezioni e l'esame finale.

L'insegnamento è di approccio comunicativo tramite la pratica in aula. Lo studente che assiste alle lezioni farà pratica sugli esercizi molto simili a quelli proposti per l'esame, infine, sarà in grado di fare una buona prova finale. La frequenza è, quindi, consigliata.

#### **Modalità d'esame:**

L'esame consiste di una prova scritta e di una prova orale. La prova scritta è divisa in due parti: una di competenza grammaticale tramite domande a scelta multipla e una lettura di un brano con domande di comprensione. La prova orale, invece, consiste in una presentazione di un luogo turistico.

#### **TESTO CONSIGLIATO:**

Consultare il docente. Il nome del nuovo libro sarà comunicato agli studenti all'inizio del corso.

Per contattare il docente:

L'indirizzo e mail del docente è [snackbox@libero.it](mailto:snackbox@libero.it).

### **LINGUA INGLESE II**

*Prof. Liam Francis Boyle* (8 crediti)

**Contenuto del corso**

Lo scopo principale del corso è l'approfondimento del lessico e dei termini di marketing e business English, ripassando e consolidando le regole grammaticali attraverso esercizi di vocabolario e di lettura degli articoli originali tratti dalla stampa inglese, la cui consultazione risulta spesso indispensabile per la preparazione di esami e per lo svolgimento della tesi di laurea.

Il corso si focalizzerà quindi sull'acquisizione dello specifico linguaggio del settore e sul potenziamento della capacità di leggere con facilità articoli di natura economica dei giornali inglesi, come *The Economist*, alla fine di fornire agli studenti strumenti utili per sviluppare le strategie indispensabili per usare l'inglese in modo più fluido nel mondo di lavoro.

C'è un stretto rapporto tra gli argomenti studiati durante le lezioni e l'esame finale.

L'insegnamento è di approccio comunicativo tramite la pratica in aula. Lo studente che assiste alle lezioni farà pratica sugli esercizi molto simili a quelli proposti per l'esame, infine, sarà in grado di fare una buona prova finale. La frequenza è, quindi, consigliata.

**Modalità d'esame:**

La prova scritta è divisa in tre parti. La prima: competenza grammaticale tramite domande a scelta multipla. La seconda parte: vocabolario studiato durante il corso riguardante le definizioni delle parole chiave di business English con risposte a scelta multipla. L'ultima: lettura di un brano con domande di comprensione. La prova orale, invece, consiste nella presentazione di un argomento a scelta. Bisogna puntualizzare i tratti più salienti e dare un proprio giudizio coerente e sintetico. Lo studente ha la facoltà di cercare l'argomento su internet o nei giornali inglesi in edicola. La presentazione dell'argomento scelto non vuol dire la semplice ripetizione dell'articolo originale a memoria. Bisogna essere in grado di spiegare l'argomento a parole proprie, in un linguaggio chiaro e semplice, e rispondere alle domande del docente.

**TESTO CONSIGLIATO:**

Il libro "The Business" di Boyle (Morlacchi Editore). Il libro serve come eserciziaro durante le lezioni ed è indispensabile per seguire il corso.

*Per contattare il docente:*

L'indirizzo e mail del docente è [snackbox@libero.it](mailto:snackbox@libero.it)

**LINGUA SPAGNOLA I**

*Prof. Massimo Priorelli* (8 crediti)

**LINGUA SPAGNOLA II**

*Prof. Otello Tavoni* (5 crediti)

*Prof. Massimo Priorelli* (3 crediti)

Il programma di Lingua Spagnola del II anno si concentra soprattutto nell'apprendimento da parte degli studenti del lessico specifico del turismo nonché nell'acquisizione di nozioni sull'organizzazione e funzionamento dell'industria turistica in Spagna e di tutte le strutture ad essa legate. La corrispondenza commerciale. Perfezionamento delle competenze acquisite con particolare attenzione ai settori linguistici della specializzazione.

**TESTI CONSIGLIATI:**

B. Aguirre y C. Hernández, *El lenguaje del turismo y de las relaciones públicas*, Sociedad General Española de Librería, Madrid 1991;

L. Tam, *Dizionario spagnolo—italiano, Diccionario italiano—español*, HOEPLI, Milano, 1997.

B. Aguirre Beltrán, *El español por profesiones. Servicios turísticos*, SGEL, Madrid, 1994.

O. Tavoni, *Grammatica spagnola*, Murena Editrice, Cortona (AR) 2001.

P.S. Gli studenti potranno concordare con i docenti lo studio di testi diversi da quelli sopra elencati.

### **LINGUA TEDESCA I**

*Prof. Jorg Schepers* (8 crediti)

Il corso intende offrire agli studenti le nozioni fondamentali della grammatica e della sintassi della lingua tedesca, e precisamente: la coniugazione dei verbi (presente, passato remoto, passato prossimo, futuro) regolari, irregolari e misti; l'uso e la declinazione dell'articolo determinativo ed indeterminativo; la declinazione dei nomi, aggettivi e pronomi; la struttura e la costruzione delle proposizioni principali.

Nel corso delle lezioni i partecipanti saranno invitati a parteciparne oralmente in lingua tedesca e avranno la possibilità di verificare le loro conoscenze acquisite attraverso brevi esercitazioni scritte. Obiettivo finale del corso Lingua tedesca I sarà quello di sviluppare: la capacità di lettura di testi semplici, la capacità di ascolto di una conversazione semplice, la capacità di espressione orale (con particolare attenzione alla grammatica e alla pronuncia – fonetica della lingua), la capacità di riprodurre per iscritto le nozioni acquisite. L'esame finale consisterà in una sola prova scritta.

#### **TESTI CONSIGLIATI:**

Vocabolario mono- e bilingue a scelta;

Dreyer – Schmitt, Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik, Verlag für Deutsch, Ismanning 1996 ss. (Edizione italiana: Dreyer/Schmitt, Grammatica tedesca con esercizi, Nuova edizione, Hueber Verlag, Ismanning 2001);

#### **TESTI DI APPROFONDIMENTO:**

Duden Taschenbücher, Die neue amtliche Rechtschreibung, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1997;

G. Helbig/J. Buscha, Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht, Langenscheidt Verlag 2001 (per chi volesse approfondire la propria conoscenza della grammatica)

### **LINGUA TEDESCA II**

*Prof.ssa Kristine Hecker* (8 crediti)

Approfondimento delle conoscenze grammaticali acquisiti durante le lezioni di Tedesco I – i seguenti blocchi tematici verranno trattati:

- struttura della frase
- forme di negazione
- i tipi di secondarie
- congiunzioni
- formazione delle parole

estensione delle conoscenze lessicali soprattutto nel campo del settore specifico turismo  
esercizi di ascolto e di comprensione con materiale filmato

elaborazione di tipi di testi del settore (la guida, il depliant, la prenotazione ecc.)

Testi/materiale usato

Probabilmente non verrà usato un libro di testo, ma solo del materiale distribuito durante le lezioni (articoli di giornali, testi specifici scelti stampati e scaricati da internet, riassunti di grammatica ecc. - 50 documenti di vario genere).

E' necessario un buon dizionario.

Metodi didattici

Lezioni frontali, attività didattiche collettive.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Da stabilire in seguito

Lingua di insegnamento

Italiano e tedesco

Orario di ricevimento

A partire dall'inizio delle lezioni ad Assisi orario da stabilire – prima di febbraio si può contattare il Docente via mail: kristinehecker@alice.it

### **MACROECONOMIA**

*Prof. Paolo Polinori* (8 crediti) **Nuovo ordinamento**

L'obiettivo del corso è di introdurre i metodi fondamentali dell'analisi economica al fine di fornire agli studenti gli strumenti necessari per la comprensione del funzionamento generale del sistema macro-economico e, quindi, dei temi economici rilevanti.

La trattazione di temi di approfondimento è finalizzata a fornire gli elementi necessari per la comprensione di problemi rilevanti della realtà economica e politica che sono al centro del dibattito di politica economica (problemi relativi a disoccupazione, inflazione, debito pubblico e l'integrazione economico-politica di diversi sistemi economici) aprendo, ogni qual volta sarà possibile, delle finestre sul settore turistico.

Il corso si sviluppa in una logica deduttiva (dal generale al particolare) occupandosi:

del problema della produzione di benessere nel lungo periodo;

del funzionamento del sistema economico nel breve periodo;

dell'analisi degli elementi istituzionali rilevanti.

Particolare attenzione sarà posta sul ruolo delle istituzioni economiche e politiche

nell'influire sul funzionamento dell'economia nel breve e nel lungo periodo.

Nel dettaglio il corso si occuperà dei seguenti argomenti:

Quadro generale di macroeconomia

L'attività economica aggregata in cifre

Domanda e Offerta Aggregata

Lavoro e Disoccupazione

Inflazione e curva di Phillips

Consumo

Investimenti

Modello Reddito e Spesa

Il moltiplicatore

Domanda di Moneta

La Banca Centrale

Il Modello IS-LM

Politica Monetaria e Fiscale

Settore Estero

Modello Mundell Fleming

Disavanzo Pubblico

L'unione Monetaria Europea

I riferimenti bibliografici sono i seguenti:

#### **TESTO OBBLIGATORIO:**

MACROECONOMIA, (2004), R. Dornbusch, S. Fischer, R. Startz, McGraw Hill, Milano, 9° Edizione.

Testi di approfondimento:

MACROECONOMIA, (2004), Mankiw G., Zanichelli, Bologna, 4° Edizione.

MACROECONOMIA, (2003), Bradford De Long J., McGraw Hill, Milano.

ECONOMIA DEL TURISMO, (2003), Candela G., Figini P., McGraw Hill, Milano.

ECONOMIA E POLITICA DEL TURISMO, (2001), Grasselli P.M., FrancoAngeli, Milano, 6° Edizione.

Il materiale integrativo dato a lezione sarà reso disponibile c/o la biblioteca della facoltà di Assisi.

Nello svolgimento del corso si farà ampio uso di informazioni statistiche e sarà incentivata l'acquisizione di informazioni via internet da parte degli studenti.

**RICEVIMENTO STUDENTI.**

Durante lo svolgimento delle lezioni il docente effettuerà il ricevimento studenti c/o la sede di Assisi ogni Mercoledì al termine della lezione.

Il docente è comunque sempre contattabile al seguente indirizzo e-mail: polpa@unipg.it.

**MODALITÀ DI ESAME.**

La verifica avviene tramite prova orale.

**MARKETING DEL TURISMO II**

*Prof. Giancarlo Dall'Ara (4 crediti)*

Filo conduttore del corso è la necessità di un approccio innovativo al marketing nel turismo, un approccio in grado di affrontare i problemi dell'industria odierna del turismo, nel rispetto delle esigenze delle persone che vanno in vacanza.

Gli argomenti affrontati nel corso riguardano:

L'evoluzione dello scenario della domanda italiana ed estera e le esigenze dei "turisti della terza generazione",

L'evoluzione del scenario dell'offerta, con particolare attenzione all'offerta alberghiera, ai problemi per le Piccole e Medie Imprese turistiche, ed ai nuovi modelli di ospitalità,

Un nuovo approccio al marketing nel turismo, con le radici culturali nell'esperienza e nella storia del turismo italiano, in grado di superare i limiti del marketing tradizionale,

Il marketing relazionale,

Il marketing tribale e di nicchia,

Il marketing territoriale, e le opportunità di marketing offerte dai Sistemi Turistici Locali

(Legge 135/2001),

Le problematiche relative alle varie forme di Rete tra operatori,

Il marketing del Ricordo.

**TESTO OBBLIGATORIO**

Dispense a cura del docente.

G.Dall'Ara . Le nuove frontiere del Marketing applicato al turismo . Ed : Franco Angeli 2002

N.B. Facoltativamente gli studenti potranno elaborare un progetto concordato con il docente.

**MARKETING DELLE ATTIVITÀ CULTURALI E AMBIENTALI**

*Prof. Luca Baldicchia (8 crediti)*

*(PROGRAMMA DA DEFINIRE) consultare il docente*

**MARKETING DEL TURISMO**

*Prof. Felice Vertullo (8 crediti)*

**MATEMATICA FINANZIARIA**

*Prof. Stefano Herzel (10 crediti)*

1. La teoria di base dell'interesse

Capitale e interesse

Valore attuale

Tasso Interno di Rendimento  
 Criteri di Valutazione (VAN, TIR)  
 2. I titoli a rendimento certo  
 Il mercato dei flussi di cassa futuri  
 Rendite e formule di valutazione  
 Obbligazioni  
 Rendimento  
 3. La struttura a termine dei tassi di interesse  
 La curva dei rendimenti  
 La struttura a termine  
 Tassi forward  
 Spiegazione per la struttura a termine  
 Duration  
 Immunizzazione  
 Tassi di interesse e applicazioni  
 Scelta d'investimento di capitali  
 Portafogli ottimi  
 Valutazione di un'azienda

Su tutti gli argomenti trattati si si enfatizzerà in modo particolare l'aspetto applicativo, sviluppando una serie di fogli di calcolo in Excel.

**LIBRO DI TESTO:**

David G. Luenberger: "Finanza e investimenti, fondamenti matematici", APOGEO (2006)

*Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito : [www.unipg.it/herzel](http://www.unipg.it/herzel)*

**MATEMATICA GENERALE**

*Prof. Luciano Stramaccia (7 crediti)*

Richiami sui numeri naturali, interi, razionali, reali. Funzioni - Iniettività, suriettività, biiettività. Polinomi.  
 Funzioni invertibili. Funzioni polinomiali. Funzioni esponenziali e logaritmiche. Funzioni trigonometriche (cenni).  
 Limite di una funzione in un punto. Teoremi fondamentali sui limiti. Proprietà delle funzioni monotone. Funzioni continue. Derivazione. Derivata della somma, del prodotto e del quoziente di due funzioni. Derivazione delle funzioni composte. Successioni e Serie (cenni).  
 Massimi e Minimi. Il teorema del valor medio. I teoremi de L'Hopital. Funzioni convesse, funzioni concave. Rappresentazione grafica di funzioni reali.  
 Integrazione - Il teorema fondamentale del calcolo integrale. Proprietà dell'integrale.  
 Integrazione per decomposizione, per sostituzione e per parti.  
 Alcune applicazioni del calcolo integrale. Integrali generalizzati (cenni).  
 Integrazione delle funzioni razionali fratte (cenni). Applicazioni - Approssimazione di una funzione mediante funzioni polinomiali. Polinomi di Taylor.  
 Matrici e vettori. Determinanti. Rango di una Matrice. Sistemi lineari - Teoremi di Cramer e di Rouche-Capelli. Risoluzione dei sistemi lineari.  
 Applicazioni lineari e matrici associate. Matrici invertibili e algoritmi per il calcolo delle inverse. Determinazione dell'inversa di una funzione lineare.

**TESTI CONSIGLIATI:**

G.C. Barozzi, Istituzioni di Matematica, Ed. Coop. Lib. Universitaria - Bologna L. Peccati - S.Salsa - A.Squillati, Matematica per l'economia e l'azienda, Ed. EGEA

**MERCEOLOGIA DEI PRODOTTI ALIMENTARI**



*Prof.ssa Antonella Jacoboni* (4 crediti)

Il turismo e le strutture ricettive. Importanza dell'alimentazione. Enogastronomia. Ristorazione tradizionale. Catering e banqueting. Gli alimenti e i principi nutritivi. Alterazioni e conservazione. Imballaggi ed etichettatura dei prodotti. Frodi. Qualità degli alimenti. Prodotti tipici e prodotti tradizionali. I marchi di qualità. La certificazione della qualità. I prodotti italiani di qualità.

**MATERIALE DIDATTICO:**

M.L.Mecucci, M. Del Duca, Merceologia dei prodotti alimentari, ed. FrancoAngeli, Milano, 2002, collana CST.  
Dispense a cura del docente

**MICROECONOMIA**

*Prof. Giuseppe Calzoni* (5 crediti)

*Prof. Cristiano Perugini* (3 crediti)

**I° Modulo.** (Cristiano Perugini) (perugini@unipg.it)

**PREMESSA**

Il concetto di economia nella storia del pensiero economico. Scopi e metodi della scienza economica. Particolarità del metodo di indagine economica. Strutture di mercato e strategie dei consumatori e dei produttori.

**L'ECONOMIA DEL CONSUMO**

L'approccio marginalistico allo studio del consumo. Le curve di indifferenza del consumatore. Le curve di indifferenza del consumatore: determinazione della strategia di scelta. Scelte strategiche del consumatore al variare dei prezzi di mercato, del reddito e dei gusti. Effetto sostituzione. Domanda, prezzi e reddito; elasticità della domanda e sue variazioni. Il modello della ragnatela. Curva di spesa, elasticità della spesa.

**II° Modulo** (Guseppe Calzoni) (gcalzoni@unipg.it)

**L'ECONOMIA DELLA PRODUZIONE**

Funzione di produzione e produttività di feattori. Produttività e costo. Isoquanti di produzione. Equilibrio, linee del prodotto e rendimenti di scala dell'impresa. Produzione congiunta e linea delle possibilità produttive. Strategie e costi di produzione nel breve e nel lungo periodo.

**TEORIE DELLE FORME DI MERCATO**

Premessa. Il mercato di concorrenza perfetta. Il mercato di monopolio. Monopolio e discriminazione dei prezzi. Teoria della concorrenza imperfetta. Il caso del grande gruppo: il mercato di concorrenza monopolistica. I casi del piccolo gruppo: il mercato di oligopolio. Teoria dell'oligopolio di A. Cournot. Linee di reazione dei produttori. Il prezzo come variabile strategica: teorie dell'oligopolio di Bertrand e di Edgeworth. Oligopolio e strategie degli imprenditori. Il comportamento dell'imprenditore: la teoria dell'oligopolio di H. von Stackleberg. Oligopolio e teoria dei giochi. Dalla competizione alla cooperazione: applicazione all'analisi dell'oligopolio dei principi dei giochi a somma non zero. Il prezzo come elemento strategico di stabilità nell'oligopolio: la teoria di P. Sweezy. Evoluzione dei modi di determinazione del prezzo e del suo ruolo strategico: la teoria del prezzo limite di J. Bain. Tecnologie produttive, costi e prezzi nelle strategie delle imprese oligopolistiche: il modello di P. Sylos-Labini. La separazione tra proprietà e gestione dell'impresa e le teorie manageriali dell'oligopolio: la teoria di W. Baumol, la teoria di O. Williamson, la teoria di R. Marris. Le nuove teorie dell'impresa. Imperfezioni del mercato e strutture organizzative.

**TEORIE DEGLI EQUILIBRI DI MERCATO:**

L'equilibrio economico generale di L. Walras. L'analisi dell'equilibrio economico parziale  
**TEORIA DELLA DISTRIBUZIONE DEL REDDITO.**

Il problema della distribuzione nelle teorie: classica, marxiana, neoclassica.

**TESTI CONSIGLIATI:**

G. CALZONI, *Lineamenti di Microeconomia*. Giappichelli editore, 2005 (in stampa).

**AVVERTENZE:**

L'esame consiste in una prova scritta di ammissione ed una prova orale. La prova scritta si basa un test di 10 domande a risposta multipla. Per poter accedere alla prova orale è necessario aver ottenuto un numero di risposte corrette non inferiore a 5. In caso di esito negativo è consentito ripetere la prova all'appello successivo.

Per lo studio del punto 6 può essere utile consultare: A.K. Dasgupta La teoria economica da Smith a Keynes. Per un'adeguata comprensione degli argomenti è inoltre indispensabile la conoscenza di alcuni strumenti di analisi matematica; si raccomanda pertanto almeno la preventiva preparazione dell'esame di Matematica generale. Può anche essere utile consultare: S.G.B. Henry Elementi di matematica per lo studio dell'economia .

**ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE DI VIAGGIO E TRASPORTO**

*Prof. Antonino Percario (7 crediti)*

Lineamenti generali delle imprese del sistema agenziale e di trasporto - Definizione e ruolo delle imprese di viaggi e trasporto; il campo operativo. I principali modelli organizzativi e le figure professionali tipiche delle agenzie di viaggio - Modelli di organizzazione aziendale e applicabilità in relazione al tipo di attività e alle dimensioni; delimitazione e funzione delle aree di front o the house nelle agenzie dettaglianti e nei tour operator (banco, l'ufficio booking, ecc.); delimitazione e funzione delle aree di back of the house nelle agenzie dettaglianti e nei tour operator. Il sistema agenziale: gli operatori - Tour operator. Agenzie dettaglianti Consolidatori e general sales agency (g.s.a.). Agenzie incoming. Le reti di vendita (Le agenzie dettaglianti: attività e servizi: intermediazione di prodotti di catalogo, prenotazione di servizi alberghieri, prenotazione ed emissione di biglietti per i servizi di trasporto, altri servizi (assicurazioni turistiche, editoria turistica, cambio valuta, ecc.), altri sistemi telematici di prenotazione dei servizi turistici; Il differenziale semantico della intermediazione organizzata (Tour operator, Retailer). Le figure professionali - Il direttore tecnico. Il banconista. Il product manager. Il sales promotor. L'addetto al booking I fornitori di servizio - Trasporto aereo. L'organizzazione della IATA. Charter e voli di linea. Trasporto ferroviario. Trasporto marittimo.

Autonoleggio. Organizzazione alberghiera - Tipologia e strutture alberghiere.

Classificazione alberghiera nazionale ed internazionale. Forme di servizio e trattamento alberghiero. La prenotazione alberghiera. Regime commissionale convenzionale. Usi nel settore alberghiero. Tecniche di costruzione di package - L'impostazione, le ricerche di mercato, la comparazione dei prodotti esistenti, la raccolta dei dati e le fonti informative.

Le tecniche contrattuali per l'acquisizione dei servizi di trasporto, le tecniche contrattuali per l'acquisizione dei servizi a terra: i rapporti con gli imprenditori ricettivi. Analisi di casi di specie e contratti tipo. La commercializzazione dei packages - I cataloghi (criteri di base e di impostazione, soluzioni tecniche); la distribuzione del catalogo; la gestione delle vendite ed i documenti di viaggio; la gestione dei packages e la rete di assistenza del tour operator nelle località di destinazione; il punto vendita: il merchandising. Terminologia tecnico—turistica - Terminologia tecnica nel settore alberghiero: classi di servizio e formule di trattamento; terminologia tecnica nel settore aereo: classi di servizio e formule di trattamento. Riferimenti legislativi e convenzioni - Legge 17.5.1983, n.217. Legge 27.12.1977, n. 1084. Direttiva CEE 90/314 del 13.6.1990. D.l. 17.3.1995, n.111.

**TESTI CONSIGLIATI:** I/FUAAV. Codice di comportamento Hotrec/Ectaa

A. RUGIARDINI, *Organizzazione d'impresa*, Giuffrè, 1979, Cap.1—7—8.

- J. Christopher HOLLOWAYS, *The Business of tourism*, Pitman, 1989, da p. 102 a p. 147.
- E. BONOMI, A. TORTELLI, *Tecniche turistiche alberghiere e di marketing*, Marietti Scuola, ultima edizione, cap. 6.
- A. PERCARIO, *Lineamenti generali dell'organizzazione delle aziende di viaggio e trasporto*; (dispense).
- A. PERCARIO, *Tecniche di confezionamento e preventivazione dei packages nelle agenzie di viaggio* (dispense).
- A. PERCARIO, *Il package turistico* (dispense).
- A. PERCARIO, *Il prodotto pacchetto vacanza* (dispense).
- A. PERCARIO, *Il differenziale semantico* (dispense).
- A. PERCARIO, *Tecniche di vendita di un pacchetto turistico* (dispense).
- M. BERRETTA, *Principali modelli organizzativi e figure professionali tipiche della azienda di viaggi* (dispense).
- O.N. FIORUCCI, *Struttura e organizzazione del sistema di distribuzione turistica. le tipologie dei viaggi organizzati* (dispense).

## **ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE RICETTIVE E RISTORATIVE**

*Prof. Stefano Poeta*

*(7 crediti)*

Il sistema organizzativo - Concetto di organizzazione. Gli approcci ai fenomeni organizzativi. L'approccio classico. L'approccio sociale. L'approccio sistemico. Le variabili organizzative - Le categorie di variabili organizzative. La struttura organizzativa: i primi concetti. La divisione del lavoro. Le caratteristiche dei compiti e delle mansioni. Le dimensioni della struttura organizzativa. I meccanismi operativi: il potere organizzativo, lo stile di direzione. Il potere organizzativo: la gestione dei conflitti. Gli schemi organizzativi fondamentali: lo schema gerarchico; lo schema funzionale; lo schema divisionale. Variabili organizzative e processi organizzativi. - I modelli organizzativi lineamenti generali delle imprese - Lineamenti generali delle imprese ricettive. Lineamenti generali delle imprese ristorative. Lineamenti generali del sistema di rete sia pubblico che privato. Quadro degli enti collegati alle organizzazioni. Le manifestazioni nazionali ed internazionali. Atteggiamenti e mentalità organizzative. Gli operatori - Operatori e tipologie di gestione alberghiera. Operatori e tipologie di gestione ristorativa. Modelli organizzativi adottati nel settore. Gli alberghi - Alberghi a gestione indipendente. Panorama mondiale delle strutture ricettive. Le dimensioni della ricettività: Nazionali Europee. Mondiali. I modelli regionali: Classificazione degli alberghi, le difficoltà e le diversità a carattere locale. Gli organigrammi tipo delle diverse tipologie di azienda: familiare, di catena (europea e statunitense), di alberghi di medie e grandi dimensioni - La divisione in funzioni, reparti, ruoli. Il front office. Il back office. La cucina e la sala. L'offerta congressuale. Il concetto di qualità nella ricettività. Rapporti con la distribuzione e l'intermediazione dei prodotti turistici. Il funzionamento delle aziende della ricettività - Il ciclo del ricevimento. Il ciclo arrivi e partenze. La gestione delle prenotazioni. La registrazione del cliente, assistenza del cliente in casa e la gestione della cassa. Le funzioni amministrative del front office. Le figure professionali del settore - Le figure professionali inserite nelle imprese ricettive. Il mercato del lavoro: situazione attuale e prevedibili sviluppi. I livelli di carriera. La ristorazione - Il ciclo della ristorazione alberghiera e non. Cenni alle politiche di sviluppo del settore ristorativi. Le peculiarità delle imprese ristorative. Le tipologie di impresa in relazione ai concetti guida del marketing. La ristorazione commerciale e alberghiera. Le guide classificatorie. Cenni ai principali strumenti e tecnologie in uso nelle imprese ristorative. Le strutture organizzative nelle imprese della ristorazione. Le figure professionali tipiche del settore. Il menù - I menù (design & engineering) nella impresa commerciale. La tecnica della rotazione dei menù. Il servizio piccole colazioni nelle ~~ristorazioni~~ **ristorazioni**. Il concetto di qualità nella ristorazione.

A. RUGIARDINI, *Organizzazione d'impresa*, Giuffrè 1979, Cap. 1—7—8;

G. PERONI, *Economia e management delle imprese alberghiere*, F. Angeli, Milano 1988;  
 A. BONINI, *Manuale di management per le imprese turistiche*, Trademark, Roma 1993.  
 A. BONINI, *5 Cases Histories*, F. Angeli, Collana CST.

#### **ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE NELLE AZIENDE TURISTICHE**

*Prof. Gino Vespa (8 crediti)*

Il sistema delle relazioni industriali. Le relazioni industriali garantite dalla Costituzione. Lo Statuto dei lavoratori. Rappresentanze sindacali aziendali e Rappresentanze sindacali unitarie. Elezione, costituzione e prerogative delle rappresentanze sindacali. Gli accordi nazionali quadro sulle prerogative sindacali e sulla elezione delle rappresentanze sindacali. La contrattazione nazionale e quella integrativa ai diversi livelli (nazionale, regionale, aziendale) del settore pubblico e di quello privato (con particolare riferimento a quello del turismo). Il contratto collettivo nazionale del settore turismo. L'ARAN e gli Enti Bilaterali. La Commissione paritetica nazionale. Il rapporto di lavoro. Il contratto di lavoro. L'inquadramento contrattuale. Tutela della libertà, della dignità del lavoratore. Norme per la tutela dei dati sensibili. Trattamento dei dati personali. Il rapporto individuo-azienda. L'organizzazione aziendale, con specifico riferimento a quelle turistiche. Il reclutamento e le prove di selezione. L'inserimento, l'aggiornamento la formazione continua, ricorrente e permanente. Il sistema di valutazione. L'informazione al personale. La comunicazione interna. La socializzazione degli obiettivi aziendali. La creazione del clima di appartenenza. Il capo manageriale ed il capo carismatico. Management e leadership. Motivazione ed apprendimento. Le capacità relazionali. Le riunioni di gruppo. La gestione del personale. Le procedure disciplinari ed i relativi ricorsi in opposizione. Le politiche di retribuzione e la retribuzione individuale. Flessibilità del lavoro e garanzie di qualità. La sicurezza sul lavoro. Vertenze di lavoro e risoluzione del rapporto.

##### **TESTI CONSIGLIATI:**

E. AUTERI, *Management delle risorse umane*;  
 Lo statuto dei lavoratori (L. n. 300 del 20 maggio 1970);  
 Decreto Legislativo n. 626/1994;  
 CCNL settore turismo;  
 CCNL comparto pubblico (a scelta dello studente);  
 Una contrattazione integrativa (a scelta dello studente).

#### **PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO**

*Prof. Andrea Bellucci (8 crediti)*

Requisiti consigliati

Dati i contenuti e le finalità del corso, si consiglia la conoscenza delle nozioni contenute nell'insegnamento di "Economia aziendale", I anno.

##### **Programma**

*Parte Prima.* INTRODUZIONE AL CONTROLLO DI GESTIONE. Il sistema impresa. Il sistema di pianificazione e controllo. Il controllo strategico, il controllo direzionale, il controllo operativo.

*Parte Seconda.* CONFIGURAZIONI DI COSTO E LORO APPLICAZIONE.

Considerazioni generali sui costi: i costi della contabilità generale e quelli della contabilità analitica. Le principali configurazioni di costo e loro utilizzazione. I diagrammi di redditività e le analisi di sensitività.

*Parte Terza.* SISTEMI DI CALCOLO DEI COSTI. I concetti base. Il direct costing. Il costo pieno. La contabilità per centri di costo. L'activity base costing. Il target costing.

*Parte Quarta.* STRUMENTI OPERATIVI DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO. Il processo di budget. Il budget generale d'impresa e i budget particolari. Il sistema di reporting. L'analisi degli scostamenti e il controllo di gestione. Il budget delle aziende turistiche e delle aziende culturali.

*Parte Quinta.* ANALISI DI BILANCIO E SISTEMI DI CONTROLLO. Finalità delle analisi di bilancio. Le diverse tipologie di analisi di bilancio. Le analisi di bilancio applicate alle aziende turistiche e alle aziende culturali. Analisi degli scostamenti e controllo di gestione.

*Parte Sesta:* IL REVENUE MANAGEMENT: Ricavi, costi e indicatori di efficienza. Analisi del mercato, della clientela e dei canali distributivi.

**TESTI CONSIGLIATI**

G. Cavazzoni, Il sistema del controllo di gestione. Strumenti per le decisioni operative aziendali, Giappichelli, Torino, 2004.

Ai fini della preparazione all'esame il docente fornirà delle dispense sugli argomenti del programma

**MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME**

L'esame consiste nel sostenimento di una prova scritta non selettiva e di una prova orale sugli argomenti del programma

**RIFERIMENTI DEL DOCENTE**

andrea.bellucci@unipg.it

**PROGRAMMAZIONE DELLO SVILUPPO E ASSETTO TURISTICO DEL TERRITORIO**

*Prof. Stefania Berardi (8 crediti)*

Analisi di vari modelli di sviluppo turistico. Turismo e ambiente. Possibili impatti derivanti dallo sviluppo dell'attività turistica. Analisi di metodologie di valutazione degli impatti, con specifico riferimento alla Valutazione Ambientale Strategica ed alla Valutazione d'Impatto Ambientale.

Ambiente, attività turistica e benessere economico: curve di indifferenza e frontiera delle possibilità produttive nel caso di gestione turistica di un territorio.

Importanza della pianificazione nello sviluppo turistico di un territorio: natura e scopi della pianificazione. Pianificazione dello sviluppo turistico di un'area in un'ottica di "sviluppo sostenibile". Definizione della "capacità di carico".

Approccio pianificatorio integrato, diversi livelli della pianificazione.

Il processo di pianificazione e fasi in cui esso si articola.

Analisi di alcuni casi concreti di pianificazione turistica.

**TESTI CONSIGLIATI :**

WTO, *National and Regional Tourism Planning, Methodologies and Case Studies*, London, 1994

WTO, *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, Madrid, 1993

C. A. GUNN, *Tourism Planning, Crane Russak*, New York, 1988

G. CALZONI, *Principi di economia dell'ambiente e di gestione turistica di un territorio*,

F. Angeli, 1988

S. BERARDI, (in corso di pubblicazione) Franco Angeli Editore

Durante il corso verrà fornito materiale didattico riguardante gli argomenti esposti.

**SCIENZA DELLE FINANZE**

*Prof.ssa Margherita Giannoni Mod.1 (4 crediti)*

*Prof. Marco Boccaccia Mod. 2 (2 crediti)*

**MOD.1**

**PARTE I**

Gli strumenti per lo studio dell'attività finanziaria pubblica

Introduzione (Cap. 1)

Gli strumenti dell'analisi positiva (Cap .2)

Gli strumenti dell'analisi normativa (Cap .3)

**PARTE II**

L'Analisi della spesa pubblica

Beni pubblici (Cap. 4)  
 Le esternalità (CAp.5)  
 La teoria delle scelte collettive (cap.6)  
 La redistribuzione del reddito (cap.7)  
 La spesa sociale (cap.8)  
 Le pensioni (cap.9)  
 L'analisi costi-benefici (cap.10)  
 I conti delle A.P. (dispense)

**TESTI DI RIFERIMENTO:**

HARVEY S. ROSEN – SCIENZA DELLE FINANZE – MCGRAW HILL- 2 ED. ,  
 MILANO, 2007

**MOD 2. (DA DEFINIRE)**

**RAGIONERIA INTERNAZIONALE**

*Prof. Anna Lia Scannerini (4 crediti)*

Introduzione alla ragioneria internazionale: i principi contabili internazionali.  
 Evoluzione e rilevanza normativa dei principi contabili internazionali IAS-IFRS.  
 Finalità del bilancio e principi generali di redazione secondo il Framework 1 dello IASB. Il processo valutativo: riferimento ai valori storici e al fair value.  
 La presentazione del bilancio secondo lo IAS 1: forma e contenuto dei documenti che costituiscono il bilancio. Il rendiconto finanziario secondo lo IAS 7. Cenni alle problematiche di fiscalità differita secondo lo IAS 12.  
 Valutazione delle scorte di magazzino secondo lo IAS 2. Valutazione delle immobilizzazioni materiali secondo lo IAS 16. Valutazione delle attività immateriali (IAS 38). Impairment test (IAS 36). Le operazioni in valuta (IAS 21). Cenni alle passività potenziali (IAS 37).  
 Gli argomenti verranno trattati con particolare riferimento alle problematiche più significative per la formazione del bilancio delle imprese turistiche.

**TESTI DI UTILE CONSULTAZIONE:**

(La docente indicherà i testi di riferimento a lezione)  
 Materiale e letture distribuiti a lezione

**SOCIOLOGIA ECONOMICA**

*Prof. Marco Grilli (4 crediti)*

Il corso si articola attraverso due momenti, uno di carattere generale e l'altro più specificamente riferito a contenuti e problematiche di interesse economico, senza tuttavia voler prospettare una netta distinzione di ambiti, per concludere con una breve contestualizzazione relativa al caso italiano e con alcuni riferimenti al carattere "nomade" ed evanescente della nuova dimensione sociale..

Le tematiche guida sono:

- i fondamenti antropologici per una definizione di società, la dialettica societaria, cultura materiale e produzione intellettuale; paradigmi sociologici a confronto: olismo e individualismo, teorie del conflitto e funzionalismo, determinismo economico e approccio multicausale;
- verso la nuova sociologia economica: crisi e trasformazione del fordismo, i distretti industriali e le istituzioni, la trasformazione delle grandi imprese, l'economia informale, l'approccio strutturale (le reti sociali e il capitale sociale) e il neoinstituzionalismo sociologico, la dimensione socioculturale dei consumi;
- il "laboratorio Italia", per una convergenza fra cultura, comunicazione, politica ed economia: destrutturazione sociale e network society, le disuguaglianze "senza classi" e le nuove élites, prospettive per il nuovo decennio digitale;

- pellegrini, turisti e vagabondi: i nuovi paradigmi del nomadismo nella modernità “liquida” secondo Barman.

**TESTI:**

- Materiali fotostatici forniti dal docente;

- C. Carboni, *La nuova società. Il caso italiano*, Laterza, Bari 2002

Gli studenti possono concordare preventivamente, secondo i propri interessi personali, un testo alternativo rispetto a quello indicato.

**STATISTICA**

*Prof. Pierluigi Daddi (7 crediti)*

Nozioni introduttive. Fonti e rilevazioni dei dati statistici. Il sistema statistico del turismo, le rilevazioni statistiche sulla domanda turistica, le statistiche dell'attività ricettiva, la bilancia turistica. Utilizzazione e fonti dei dati sul turismo in Italia. Rappresentazioni grafiche. Le medie: definizione e proprietà formali. Media aritmetica, geometrica, moda, mediana, quantili. Uso delle medie. La variabilità. scostamenti medi, intervalli di variazione. Curva di concentrazione, indice R del Gini. Rapporti statistici e numeri indici. Numeri indici semplici, complessi (Laspeyres e Paasche). Incrementi medi. Cambiamento di base dei numeri indici. Indici Istat dei prezzi. Eventi di probabilità. Concetti basilari della probabilità. Principali distribuzioni di probabilità. Distribuzione di probabilità di una variabile casuale. Valore atteso. Distribuzioni discrete. Distribuzione Uniforme e Binomiale. Distribuzioni continue. Distribuzione Normale,  $t$  di Student e  $F$  di Fisher-Snedecor. Distribuzioni campionarie di una media e di una frequenza relativa. Stime puntuali e per intervalli. Intervallo di confidenza per una media ( $\sigma$  noto e non noto) e per una frequenza relativa. Determinazione della dimensione di un campione per la media e le frequenza relativa. Verifica delle ipotesi. Verifica per la media aritmetica. Test unilaterali e bilaterali. Test su una frequenza relativa. Test su 2 medie aritmetiche e test  $F$  su 2 varianze di campioni indipendenti. Test su due frequenze relative (grandi campioni). Indipendenza statistica e Connessione. Test sul chi-quadrato. Correlazione. Coefficiente di correlazione di *Bravais-Pearson*. Definizione dei modelli di regressione semplice in ambito inferenziale. Metodo dei minimi quadrati. Errore standard della stima. Indice  $r^2$ . Intervallo di confidenza per la previsione di un valore medio di  $Y$  e per un singolo valore di  $Y$ . Inferenza sui parametri nella regressione e correlazione.

**TESTI CONSIGLIATI :**

O. VITALI *Principi di Statistica*. Ed. Cacucci, Bari, 2003.

C. IODICE *Esercizi svolti per la prova di Statistica*. Ed. Simone, Napoli, 2002.

M.S. MINUTI *Il sistema statistico del turismo*. Dispense disponibili presso la segreteria studenti.

Con riferimento al testo di Vitali (2003), la quasi totalità degli argomenti svolti durante il corso di lezioni sono contenuti nelle seguenti parti del volume:

*Capitolo I: completo. - Capitolo II: par. 1, 2, 3, 4, 6. - Capitolo III: completo. - Capitolo IV: par. 1, 2, 3, 4, 6, 8. - Capitolo V: completo. Capitolo VI: par. 1, 4, 5. - Capitolo IX: par. 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8. - Capitolo X: par. 1, 2, 3, 4.*

Modalità di svolgimento delle prove scritte

Dopo la fine delle lezioni nel mese di dicembre 2007, sarà tenuta una prova scritta di fine corso (verifica finale di apprendimento), riservata a coloro che hanno frequentato il corso di lezioni e che verterà su tutto il programma svolto. Saranno ammessi direttamente alla prova di esame, gli studenti che avranno riportato la sufficienza di ammissione (15/30). Questi studenti, esonerati quindi dal sostenere la prova scritta di esame indicata in ogni appello ufficiale, possono direttamente presentarsi alla prova orale di qualsiasi appello dell'anno a.a.2007/2008 (ultimo appello utile, con eventuale bonus, quello di Gennaio-Febbraio 2009)

Tutti gli studenti che preferiscano **non** optare per la *verifica finale di apprendimento di fine corso*, dovranno sostenere la prova scritta nello stesso appello in cui intendono presentarsi per la relativa prova orale d'esame (la data di ogni prova orale è preceduta da una corrispondente prova scritta, la quale costituisce quindi parte integrante e congiunta della stessa prova orale).

**In questo caso quindi la prova scritta è valida esclusivamente per l'ammissione all'orale della data corrispondente.**

Durante lo svolgimento delle verifiche e prove scritte d'esame, sarà consentita la consultazione degli appunti, libri di testo, tavole statistiche, nonché l'uso di calcolatrice tascabile non programmabile.

**Si ricorda che l'esame prevede la propedeuticità dell'esame di matematica generale.**

#### STORIA ECONOMICA DEL TURISMO

Prof. Anna Maria Falchero

(10 crediti) Nuovo ordinamento

Parte generale - Lineamenti di storia economica [Le età di mezzo (secoli V-XV); L'età dell'espansione europea (dal secolo XVI alla metà del XVIII); Lo "sviluppo economico moderno" (1750-1973); Tra crisi e "terza" rivoluzione industriale. Il mondo dopo il 1973].

Parte speciale - Dai pellegrinaggi ai voli charter [Turismo e sviluppo economico: un problema aperto. I primordi del turismo. La nascita del turismo moderno. Il secondo dopoguerra e l'esplosione del turismo di massa. L'Italia: un paese a turismo diffuso. Modelli di sviluppo e profili regionali del turismo in Italia. L'evoluzione dell'organizzazione turistica: alberghi, agenzie di viaggio e tour operator. Schede d'impresa]

##### TESTI CONSIGLIATI

Parte generale:

R.ROMANO, M.SORESINA, *Homo faber. Economia, industria e società dal Medioevo alla globalizzazione*, Mondadori Università, 2003.

Parte speciale:

P. BATTILANI, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna, 2001.

N.B.: le dispense NON sostituiscono questo volume.

Gli studenti che hanno già sostenuto l'esame di Storia economica del turismo nel corso triennale

Nettuno, possono sostituire il testo relativo alla parte speciale (BATTILANI)

con uno dei seguenti testi a scelta:

M.DE LUCIA, *Viaggi in Europa. Vie di comunicazione e turismo nello sviluppo economico europeo*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2002;

A.BERRINO (a cura di), *Storia del turismo. Annale 2002*, Franco Angeli, 2002;

G.TRIANI, *Pelle di sole, pelle di luna. Nascita e storia della civiltà balneare 1700-1946*, Marsilio, 1988;

A.MACZAK, *Viaggi e viaggiatori nell'Europa moderna*, trad. it., Laterza, 1992